

Analiza korištenja tiskovnih i elektroničkih novina

Devaj, Maja

Master's thesis / Diplomski rad

2013

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:132530>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET**

Maja Devaj

**ANALIZA KORIŠTENJA
TISKOVNIH I ELEKTRONIČKIH
NOVINA**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2013



Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

Maja Devaj

ANALIZA KORIŠTENJA TISKOVNIH I ELEKTRONIČKIH NOVINA

DIPLOMSKI RAD

Mentor:
prof. dr. sc. Mario Plenković

Student:
Maja Devaj

Zagreb, 2013

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET
Getaldićeva 2
Zagreb, 18. 2. 2013.

Temeljem podnijetog zahtjeva za prijavu teme diplomskog rada izdaje se

R J E Š E N J E

kojim se studentu/ici Maji Devaj, JMBAG 0128046859, sukladno čl. 5. st. 5. Pravilnika o izradi i obrani diplomskog rada od 13. 2. 2012. godine, odobrava izrada diplomskog rada, pod naslovom: Analiza korištenja tiskanih i elektroničkih novina, pod mentorstvom prof. dr. sc. Marija Plenkovića.

Sukladno čl. 9. st. 1. Pravilnika o izradi i obrani diplomskog rada od 13. 2. 2012. godine, Povjerenstvo za nastavu, završne i diplomske ispite predložilo je ispitno Povjerenstvo, koje je potvrđeno odlukom Fakultetskog vijeća od 28. 1. 2013. godine kako slijedi:

1. prof. dr. sc. Barbarić - Mikočević Željka, predsjednik/ica
2. prof. dr. sc. Plenković Mario, mentor/ica
3. doc. dr. sc. Majnarić Igor, član/ica

Dekanica

prof. dr. sc. Diana Milčić

ZAHVALE

Prof.dr.sc. Mariju Plenkoviću
na mentorstvu.

Asistentici Darii Mustić
na strpljenju i sveukupnoj pomoći.

Svima koji su sudjelovali u istraživačkom djelu rada.

Gos. Mariji Philips
na posebnoj pomoći u molitvi.

Svojoj obitelji i

Dragom Bogu

što su mi omogućili izradu diplomskog rada.

SAŽETAK

Razvoj ljudske zajednice uključuje razvoj komunikacije među ljudima. To znači i razvoj načina prijenosa informacija. Mitovi su prvi način masovnog priopćavanja. Pismo se pojavljuje kao potreba za bilježenje informacija i znanja. Ono se razvija od slikovnih hijeroglifa i piktograma do znakovnog pisma, koje se razvija u današnje pismo.

1450. godine Johannes Gutenberg otkriva tiskarski stroj. Zbog njega nestaju pisarnice, a knjige se umnažaju jeftinije, brže i točnije. Tiskarstvo uzrokuje pojavu novinarstva, koji postaju nerazdvojni. Pismenost i kultura se šire pod utjecajem tiskarstva na sve veći krug ljudi. Ponovno se pojavljuje želja za demokracijom. Tisak je omogućio da znanje i vijesti postanu dobro sviju, a ne samo povlaštenih pojedinaca. Razvoj tehnologije tiskanja, potican ljudskom potrebom za informacijom i znanjem, stvara razne vrste novina, časopisa i knjiga koje se svakodnevno tiskaju u velikim nakladama u svijetu i kod nas. S vremenom tehnologija prijenosa informacije se prenosi s tiskanih na nove elektroničke medije koji omogućuju puno brži i efikasniji pristup do određenih informacija. Elektroničke novine danas polako, ali sigurno zamjenjuju tiskane novine.

Anketa nam govori da studenti Grafičkog fakulteta gotovo svakodnevno čitaju elektroničke novine. Gotovo trećina ispitanika jednom tjedno pročita tiskovne novine. Ispitanici im više vjeruju, smatraju ih ozbiljnijima, sviđaju im se njihovi prilozi i listanje novina. Elektroničke novine smatraju zabavnim i velika im je prednost što su besplatne, multimedijalne i uvijek dostupne. Metoda praćenja oka je potvrdila da čitatelji uočavaju određeni članak ovisno o veličini članka, slika, naslova i fonta slova. Neovisno o dizajnu i mediju na kojem se nalaze informacije, mlađe generacije će se više okretati elektroničkim novinama nego tiskovnim. To već sada tjera vlasnike elektroničkih novina da uvedu naplaćivanje članaka.

Ključne riječi:

Tiskovne novine

Elektroničke novine

Razvoj novina

Metoda praćenja oka (Eye tracking)

SUMMARY

The development of the human community includes the development of communication among people. This also implies the development of a manner of information transmission. Myths were the first way of mass communication. Script originated from the necessity for recording information and knowledge. It developed from pictorial hieroglyphs and pictograms through character script, which then developed into script in its present form.

In 1450 Johannes Gutenberg invented the printing press. Consequently, writing offices disappeared, and the copying of books became cheaper, faster and more accurate. Printing resulted in the rise of journalism and the two became inseparable. Under the influence of printing, literacy and culture spread to an ever larger circle of people. The desire for democracy rose again. Print enabled knowledge and news to become available to everyone, not only to the privileged few. The development of printing technology, driven by the human need for information and knowledge, resulted in the emergence of various types of newspapers, magazines and books that are printed daily in large printing runs, both globally and in our country. Over time, the technology of information transmission was transferred from printed to new electronic media, which allow a much faster and more efficient access to certain information. Today, electronic newspapers are slowly but surely replacing the printed newspapers. The survey shows that the students of the Faculty of Graphic Arts read electronic newspapers daily. Almost a third of the respondents read printed newspapers once a week. The respondents feel printed newspapers are more trustworthy and consider them to be more serious; they like the supplements and the feeling of turning pages. They consider electronic newspapers to be entertaining and their great advantage is that they are free, use multimedia and are always available. The eye-tracking method confirmed that the readers notice a certain article depending on the size of the article, images, titles and letter font. Regardless of the design and media on which the information is located, the younger generations will turn to electronic newspapers more readily

than to printed ones. This is already forcing the owners of electronic newspapers to introduce the charging of articles.

Key words:

Printed newspapers

Electronic newspapers

Newspaper development

Eye-tracking method

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
2. METODOLOGIJA IZRADE DIPLOMSKOG RADA	2
2.1. Cilj i svrha rada	2
2.2. Hipoteza	2
2.3. Metoda	2
2.4. Istraživački uzorak i vremenske istraživačke granice	2
3. TEORIJSKI DIO RADA	3
3.1. Prenošnje novosti prije izuma tiskarskog stroja	3
3.2. Tiskovne novine	5
3.3. Tisak u Hrvatskoj	9
3.4. Hrvatsko novinarstvo	11
3.5. Elektroničke novine	16
4. EKSPERIMENTALNI DIO RADA	19
4.1. Metodologija eksperimenta	19
4.1.1. Anketa	20
4.1.2. Metoda praćenja oka	20
4.1.3. Korišteni materijali	21
5. REZULTATI I RASPRAVA	25
5.1. Rezultati ankete	25
5.2. Rezultati metode praćenja oka	31
6. ZAKLJUČAK	48
7. LITERATURA	50
8. POJMOVNIK	51
9. PRILOG	52
10. BIOGRAFIJA	54

1. UVOD

Ulazak u 21. stoljeće obilježen je velikim promjenama u razvoju informacijsko-komunikacijskih tehnologija. U samo prvom desetljeću ovog stoljeća elektronika je toliko napredovala da jednostavno ne možemo zamisliti život bez nje. Zato se mnogi pitaju što će biti sa tiskovnim materijalima. Opće je mišljenje da će u vrlo kratkom razdoblju nestati potreba za tiskovinama kao što su novine, časopisi, knjige, letci itd. Pogotovo zato što dolazi do nagle proizvodnje i prodaje raznih uređaja koji zamjenjuju i olakšavaju čitanje knjiga npr. tableti ili pametni telefoni koji omogućuju stalni pristup internetu ma gdje bili. Iz tog razloga dolazimo do pitanja zašto još uvijek imamo tiskovine? Možda zato što su preglednije, imaju puno zanimljivih priloga kao npr. križaljke, lakše ih čitamo jer nemaju toliko informacija na jednom mjestu, imamo li više povjerenja u tiskane novine ili ih jednostavno volimo zbog neke navike za listanjem.

Ako je tako, da li će onda tiskovni materijali uopće moći nestati?

Elektroničke novine imaju mnoge pozitivne strane kao što su multimedijalnost, brzi pristup informacijama, besplatnost sadržaja i ekološki aspekt.

Pitanje je jesu li to dovoljni razlozi zašto bi čitatelji tiskanih novina prešli na elektroničke novine.

2. METODOLOGIJA IZRADE DIPLOMSKOG RADA

2.1. Cilj i svrha rada

Cilj i svrha rada je ustanoviti obrasce čitanja istih informacija prezentiranih putem različitih medija, te ispitati kako čitatelj doživljava tiskani i elektronički medij. Pokušat će se obraditi kako dizajn elektroničkih novina utječe na čitateljstvo koje je naviklo na tiskane novine i koje mane tiskanih novina nadilaze elektroničke novine.

2.2. Hipoteza

Ovaj rad će kroz istraživanje potvrditi ili opovrgnuti dvije hipoteze. Prva je da ljudi više preferiraju i naviknuti su na tiskane medije nego na elektroničke. Druga hipoteza je da su elektronički mediji prepuni raznovrsnih informacija koje čitatelja zbunjuju i raspršuju mu koncentraciju više nego kod tiskanih medija.

2.3. Metoda

Za izradu teorijskog dijela rada je korišten pregled razne literature na temu povjesnog razvitka tiskovnih i elektroničkih novina. Za izradu eksperimentalnog dijela rada koristile su se anketa i metoda praćenja pokreta oka (*eye tracking*).

2.4. Istraživački uzorak i vremenske istraživačke granice

Istraživanje se provodilo 18. lipnja 2012. godine na Grafičkom fakultetu u Zagrebu na uzorku od dvadeset i jednog studenta.

3. TEORIJSKI DIO RADA

3.1. Prenošenje novosti prije izuma tiskarskog stroja

Teoretičari ističu da je čovjek informacijsko biće, a Platon je tvrdio da je čovjek radoznalo biće koje želi sve spoznati. Horvat zaključuje da je u čovjekovoj prirodi da žudi za novostima. „Tu je žudnju morao osjećati već primitivni čovjek - lovac i nomad, koju su rodili strah i nagon za održanjem. I kod modernog čovjeka djeluje isti nagon. Novost, nov glas obavještava suvremenog čovjeka kao i njegovog primitivnog praoca, o opasnostima koje im prijete, kao i o boljim životnim uvjetima.“^[1]

Kako se razvijala komunikacija i društveno uređenje zajednice, tako se razvijao i prijenos informacija tj. novosti. *Kinetička komunikacija*^[2] rukama dovela je čovjeka do prvih zahtjevnijih akcija, kao što je zajednički lov. Razvojem čovjeka unaprijeđuje se i komunikacija sa kinetičke, postepeno, u verbalnu. Prvo su se mimici, tj. kinetičkoj komunikaciji dodavali nekontrolirani zvukovi i onomatopeja, koji su davali veću težinu nekoj informaciji. Takva komunikacija se kasnije razvila u *verbalnu komunikaciju*^[2], kojom se moglo prenijeti više smislenih poruka u jedinici vremena nego kinetičkom komunikacijom. Tako je čovjek lakše skupljao zajedničko iskustvo, koje je dovelo do upotrebe vatre, razvoja luka, strijele, a kasnije i lončarstva, pravljenja splavi, pripitomljavanja životinja. Sapunar navodi da „na taj način čovjek razvija dugoročnu memoriju i postaje svjestan sebe i drugih oko sebe, tako si posviješćuje prošlost, sadašnjost i budućnost. Tada nastaju priče, bajke i mitovi. Razgovorima i pričanjem priča oko vatre mlađima se prenosila povijest plemena sa koljena na koljeno. To je i prvo masovno priopćavanje, koje je vodio najstariji član zajednice.“^[3]

Kasnije s napretkom društva i razvojem gradova i država javlja se potreba za ljudima koji će donositi informacije iz udaljenijih krajeva te ih, također, i širiti dalje. U povijesti je poznat i zabilježen prvi *maratonski trkač*, Pheidippides, koji je 490. g. pr. n. e. trčeći donio stanovništvu Atene vijest o pobjedi nad perzijskim napadačem. Nakon toga je klonuo mrtav zbog iscrpljenosti.

Perzijski car Kir je usavršio dojavnu službu, koja je u relativno kratko vrijeme mogla prenijeti važne poruke od svake granice do carskog središta, kao i od središta do periferije carstva. Kasnije su je do savršenstva razvili Rimljani, koji su stvorili carstvo od Inda do Atlantika, te od sjeverne Afrike do Baltika u organizaciji *cursus publicus*. To je bila prva sjedinjena novinsko-poštanska služba, koju su obavljali *telali ili bubnjari*. Za njene potrebe su se razvijali verbalni listovi kao setovi informacija što su se izgovarali na javnim mjestima, a kasnije i čitali. U nekim „nepismenim“ krajevima su se zadržali i do 19. st. Tokom govora se bubnjalo, sviralo ili pjevalo, jer je to podupiralo riječ i olakšavalo održavanje pozornosti.

Sapunar navodi: „U to vrijeme se razvijaju prve teorije novinarstva kao i javnog komuniciranja. Novinska služba kao sustav dojavljivanja javnih informacija prvi put se razvija u arhajskim društvima. Sposobniji glasnici formuliraju i pravila kako i što govoriti, kako recitirati itd. Ta se pravila danas koriste i dalje razvijaju u radijsko-televizijskom novinarstvu. Također, verbalno novinarstvo razvija argumentaciju.“^[3]

3.2. Tiskovne novine

Stvaranje pisma nije nastalo odjedanput, već postepeno. Tako već u špiljama paleolitika na području današnje Francuske i Španjolske u vremenu od 40 000. do 10 000. g. pr. n. e. nalazimo crteže organiziranog lova na bizone, mamute, jelene i druge životinje. Tako uočavamo postepeno bilježenje događaja lova u prvim ljudskim nastambama, vjerojatno, u magijske svrhe.

Astečki učenjaci, *tlamantini*, su razvili do savršenstva (do tekstualne razine) sustav čvornog pisma zvanog *quipu*. Oni su raznim kombinacijama dužina i čvorova upisivali glavne povijesne, kalendarske i ostale informacije koje su tlamantini mogli uvijek pouzdano po želji reproducirati. Time su nadmašili živu psihičku memoriju, što je ujedno i prototip prve pisane knjige. Ali niti ovo trodimenzionalno pismo nije moglo uspješno uskladištiti velika znanja ondašnjih plemena i čovječanstva. Tragalo se za savršениjim načinom pisma.

Tako je otkriveno dvodimenzionalno pismo (piktogrami i hijeroglifi). Oni su se razvili iz zidnog slikarstva paleolitika. Ovo *ideografsko pismo*^[2] je karakterističnim vizualnim znakovima uspijevalo izražavati prve pojmove. Najjača životinja u okolini je likovnom stilizacijom označavala snagu. Isto je bilo i s brzinom itd. Iz piktograma kao slikovnog stiliziranog pisma razvijaju se još savršениji sustavi kao što je znakovno pismo (koje se i danas koristi u Kini i Japanu) i klinasto pismo koje je u svojim distiktivima doprlo i do slogovnih jedinica.

Tek 3 500. g. p. n. e. razvilo se jednodimenzionalno pismo, koje je dostiglo razinu indentifikacije između glasa (*fonema*) i slova (*grafema*). To je pismo moglo u potpunosti i adekvatno prenositi vokalne jedinice u vizualne i obrnuto. Tako se niti jedno otkriće više nije moglo izgubiti smrću autora, jer se moglo zapisati i ponovo vjerno reproducirati.

Prve pismovne novine javljaju se u Sumeru i Akadu koje su na glinenim pločicama opisale zgone iz života tamošnjih naroda. Pošto su glinene pločice bile preteške i krhke za prijenos, tako ih s vremenom zamjenjuju *pergament*^[2] i *papirus*^[2]. Pergament se zadržao u upotrebi sve do pojave tiskarskog stroja zbog svojih dobrih svojstva.

Tomić ističe u svom diplomskom radu „Za razliku od Europe u Kini je prvi papir bio proizveden već 105. g. Tsai Lun smrvio je koru drveta, stari konop, krpe i ribarske mreže, sprešao ih, osušio i na taj način dobio čvrst i tanak list papira. Budući da je kineska civilizacija bila zatvorena prema vanjskome svijetu, tehnologija izradbe papira ostatku svijeta je ostala tajnom punih šest stoljeća. Tek 751. g. Arapi su zarobili neke Kineze od kojih su doznali tajnu izrade papira. U Europu papir je stigao u 12. stoljeću kao trgovačka roba iz arapskoga svijeta i s vremenom je potpuno istisnuo pergament.“^[4]

Već 1041. godine kovač Pi Šengje izradio je pojedinačna slova iz pečene gline, da bi ih kasnije izrađivao od metala. Kinezi su za bojilo koristili vodu, gumiarabiku i čađni pigment.

Tako se na tlu Kine nalazi prva otisnuta knjiga tj. najstariji sačuvani tiskani primjerak svitaka „*Diamond Sutra*“, iz 868. g. Dužina svitka je više od 5 metara, širine 20 cm, sadrži budističke molitve u potpunosti tiskane *ksilografskom tehnikom*^[2]. Na području Europe kao prve novine koje su imale stalnu novinsku službu su „*Acta diurnia*“ koje je osnovao u Rimu 59. g. p. n. e. Julije Cezar. To su bile *zidne novine*, glinene pločice na kojima su se dnevno izlagali izvještaji o senatorskim zaključcima, ratnim zbivanjima, važnim gradskim i državnim događajima. Bile su smještene na Forumu kao središtu javnog života. Novosti koje su objavljene na zidnim novinama su se dalje širile pismima koja su se umnožavala prepisivanjem u posebnim pisarnicama, *skriptorijima*. Na isti način su se u srednjem vijeku umnožavale knjige u samostanskim pisarnicama za bogati sloj društva, koje su također bile na pergamentu te bogato ukrašene.

Izum tiska se pripisuje Johannesu Gutenbergu (1387.-1468.) iz Mainza u Njemačkoj. Oko 1430. g. otišao je u Straßburg gdje se uz staklarstvo i draguljarstvo bavio i pitanjem tiskarstva. Za osnivanje tiskare bio mu je potreban novac. Odlučio ga je posuditi od bogataša Johanna Fusta, bez obzira na izrazito nepovoljne uvjete posudbe.

Prva otisnuta knjiga bila je *Biblija* i to na latinskom jeziku. Izašla je 1455. g. Knjiga ima dva sveska velikoga formata, 40 x 28 cm, s tekstom otisnutim u dva stupca i 42 retka i pravo je remek-djelo tiskarskoga umijeća. Biblija je tiskana na 1282

stranice, u samo 100 do 200 primjeraka, dijelom na pergamentu, dijelom na papiru, od kojih se sačuvalo četrdesetak, što potpunih, što nepotpunih primjeraka. Knjiga je kasnije ukrašavana *minijaturama*^[2] i *inicijalima*^[2].

Da bi Gutenberg došao do tiska Biblije bili su mu potrebni izumi tiskarske preše, metalna pokretna slova, font, koji ne bi uništavao tiskovnu podlogu, a koji bi bio dugotrajan, te bojila koja ne bi skliznula s metalnih tiskovnih elemenata.

Nakon tih, velikih otkrića Gutenberg je počeo upotrebljavati papir kao jeftiniju tiskovnu podlogu, umjesto do tada korištenog pergamenta.

Tomić u svom diplomskom radu navodi: „Gutenbergova ideja o tisku ubrzo je zaokupila njegove prve suradnike, Johanna Fusta i Petera Schoffera, koji su mu, svjesni revolucionarnosti i značenja tiskare, oteli njegov izum. Tisak se naglo proširio Europom. Tome je pridonjelo stradavanje Gutenbergove tiskare u Mainzu 1462. g. Njemački majstori tiskarstva krenuli su put Europe šireći svoje znanje kamo god su stigli. Do godine 1500. u Njemačkoj je poznato šezdesetak tiskarskih radionica koje su, osim u Mainzu, bile smještene u Bambergu, Straßburgu i Kölnu. Mada je tiskarstvo otkriveno u Njemačkoj, po ljepoti, umjetničkoj i kulturnoj vrijednosti *inkunabula*^[2] osobito je poznata Italija. U Italiji je bila otvorena prva tiskara 1465. godine, nakon čega su one nicali u mnogobrojnim gradovima diljem Italije stvarajući prekrasno urešene inkunabule.“^[4]

Godine 1469. otvorila se prva službena tiskara u Veneciji, koja je, buduće središte talijanskoga i europskog tiskarstva. Odigrala je važnu ulogu i u razvoju hrvatskoga tiskarstva. U Veneciji su tiskane neke naše knjige, a naši ljudi izučavali su tamo tiskarski zanat. Uskoro su se otvorile tiskarske radionice u Švicarskoj (1468.), Francuskoj (1470.), Nizozemskoj (1473.) te u drugim europskim zemljama.

Horvat navodi: „Izumom tiska dolazi i do razvitka novinarstva te tako postaju nerazdvojni. Također, dolazi do širenja pismenosti, jeftinijeg, bržeg i točnijeg načina umnažanja knjiga, širenja kulture i trajnog utjecaja na puno veći krug ljudi, također, počinje i demokracija. Tisak je ostvario mogućnost da znanje i nova vijest postanu dobro sviju, a ne samo povlaštenih pojedinaca.“^[1]

Između 1517. i 1520. g. Martin Luther izdaje spise koji brane njegovih 95 teza, a to su „*Kršćanskom plemstvu njemačke narodnosti o poboljšanju kršćanskog*

staleža“, „*O babilonskom sužanjstvu*“ i „*O slobodi kršćana*“. To je bio začetak *ideološkog novinarstva*, rodila se *publicistika*, javno raspravljanje putem tiska o političkim događajima i načelima. Luther stvara i novi tip povremene tiskovine, *letak*, pratip novinskih *posebnih izdanja*. Letci su javljali aktualne vijesti o događajima koji mogu zanimati veliki broj ljudi. U Njemačkoj su prozvani „*Zeitung*“, što znači nova vijest, a objavljuju neobične događaje kao znamenite bitke, opsade, bune, vladarske svadbe i smrti, velike zločine, epidemije, poplave, požare, sve što će biti glavni sadržaj budućih novina.

Pored ideološkog borbenog tiskopisa i letaka, u razdoblju od 1583.-1597. g. pojavljuju se *periodične tiskovine*, kao *brošure*, *relacije* ili *Messrelationen*, *referati* i *pamfleti*. *Relacije* su zbirke različitih izvještaja o događajima, tiskane za zgode, povoljne za djeljenje, prvenstveno za sajmove. *Referati* su izvještavali o nekom državnom događaju, a *pamfleti* su bili spisi pogrđnog sadržaja. 1599. g. u Nürnbergu pojavio se prvi mjesečni časopis. U Francuskoj 1612. g. osnovan je posredovni zavod u koji su se javljali ljudi koji nešto trebaju i traže. Kad je posao uznapredovao, počeo je povremeno tiskati popise ponude i potražnje. Bile su to prve *oglasne novine*, u Engleskoj su izlazile pod nazivom „*The Exchange Intelligencer*“, a u Njemačkoj je „*Intelligenzblatt*“ bio oznaka za oglasni dio novina, dok je u Hrvatskoj bio pod nazivom „*Oglasitelj*“.

U Parizu 1605. g. nastaje mjesečnik „*Mercure de France*“, 1609. g. u Strašburgu počinje izlaziti tjednik „*Aviso-Relation oder Zeitung*“, 1615. g. počinje izlazi tjednik „*Frankfurter Journal*“ i nizozemski „*Nieuwe Tijdingen*“, a 1626. g. engleski „*Weekly News*“. Nakon turskog poraza pod Bečom 1683. g. i početka protuturske ofenzive započeo je stvarni razvitak novinarstva. To još uvijek nisu bile one prave novine, već leci koji su izlazili u razmjerno brzom slijedu.

U 17. i 18. st. novinarstvo počinje poprimiti suvremeni oblik. Engleski listovi imaju rubrike, koje su se kasnije prihvatile u novinarstvu, uvodni članci, ratni izvještaji, oglasi, izvještaji o umrlima, slike i romani u nastavcima. Prvi roman u nastavcima bio je „*Robinson Crusoe*“ Daniele Defoea, objavljen u 165 nastavaka u „*Saturday Post-u*“.

3.3. Tisak u Hrvatskoj

Hrvatski prvotisak, „*Misal po zakonu rimskog dvora*“, tiskan je 22. veljače 1483. godine koji je ujedno i prvi Misal u Europi koji nije tiskan latinicom i latinskim jezikom. Misal je tiskan glagoljskim pismom na narodnom jeziku. Tiskan je na pergameni, crveno i crno, te je prva slavenska inkunabula tiskana dvobojno i ne samo na papiru.

Nije moguće sigurno utvrditi mjesto tiskanja tog Misala. Moguće je da se tiskao u Veneciji, kao bliskom i velikom tiskarskom središtu tog doba, ali postoje indicije da je tiskan na hrvatskom tlu. Pretpostavlja se da su slova bila izlivena u inozemstvu, ali da je tiskara radila u Hrvatskoj. Budući da se slova iz prvotiska više ne pojavljuju niti u jednoj hrvatskoj inkunabuli, opravdana je sumnja da je tiskara bila na našem tlu. U prilog pretpostavci da je Misal tiskan u nesigurnom, ratnom području govori i činjenica da u inkunabuli nedostaje inicijal, što je vjerojatno posljedica ratnih uvjeta u kojima je tiskar morao seliti tiskaru. Osim Venecije, za mjesto tiskanja Misala pretpostavljeni su Izola, Roč, Modruš u Lici i Kosinju.

1491. g. u Kosinju je tiskan prvi hrvatsko-glagoljski „*Brevijar po zakonu rimskoga dvora*“. To je druga hrvatsko-glagoljska inkunabula. U tome ličkom mjestu bila je smještena prva hrvatska tiskara. Osnovali su je knezovi Frankopani, a zatvara se nakon tragedije na Krbavskom polju (1493.). Nije sačuvano mnogo dijelova te inkunabule, kao i *kolofon*^[2]. Do određivanja godine tiskanja došlo je sudeći po pomičnim blagdanima u Brevijaru koji počinju od 1492. g., pa se pretpostavlja da je izašao godinu dana prije. Tiskan je također dvobojno, crveno i crno, a predložak nam nije poznat. Jedini sačuvani primjerak te inkunabule čuva se u Veneciji.

7. srpnja 1494. tiskanjem drugog izdanja „*glagoljičkog Misala po zakonu rimskoga dvora*“ osniva se *Senjska tiskara*, kojoj je osnivač *Blaž Baromić*. Tomić navodi: „Baromić je zanat izučio u Veneciji, iz koje je donio i sve potrebne alate za tiskanje knjiga. Najvjerojatnije po njegovu nacrtu, bila su odlivena glagoljska slova. Tim slovima se tiskara u Senju služila cijelo vrijeme svoga djelovanja. Baromić je, osmislio poseban tip slaganja ligaturnih slovnih grupa, nazvanih *Baromićeve tehnika lomljenih ligatura*, koje su jedinstvena pojava u tiskarstvu inkunabula u

Europi. On je lijevao polovice slova kao posebne grafičke znakove, što mu je omogućavalo, kombinirajući ih s punim slovima, slaganje mnogobrojnih ligatura, pa čak i do četiri znaka. Takav postupak ne nalazimo više nigdje u povijesti inkunabula.^[4] Tiskara je djelovala do 1508. g. u njoj je otisnuto 7 knjiga (od toga dvije inkunabule).

Također i u Rijeci djeluje tiskara od 1530. do 1531. Osnivač joj je Šimun Kožičić-Benja, biskup krbavsko-modruški. Iako nije tiskala inkunabule, u njoj je otisnuto 6 knjiga.

3.4. Hrvatsko novinarstvo

Pod kraj 17. i 18. st., kada je potisnuta osmanlijska vlast iz Like, Slavonije i dijela Dalmacije. Zagreb je 1664. g. dobio prvu tiskaru, koju je Hrvatski sabor, tada u Varaždinu, 11. studenoga 1694. odlučio dati na upravljanje *Pavi Ritter – Vitezoviću* (1652.-1713.), uz uvjet da je ne seli iz Zagreba. Tiska djela na hrvatskom i latinskom jeziku. Javlja se *publicistika*, a pokretač u Hrvatskoj je Vitezović. Piše prve publicističke spise „*Croatia rediviva*“ 1700. g., „*Plorantis Croatiae saec. Duo*“ 1703. g., „*Bosna Captiva*“ 1712. g. Također prvi tiska saborske zaključke, te izdaje kalendare koji će gotovo stotinu godina donekle nadomještati *novine* i *publicističke časopise*. U požaru 1706. godine tiskara je teško oštećena. Vitezović je stvorio i prva tehnička sredstva za novinarstvo i publicistiku. Izradio je fonetički alfabet, pokušao izgraditi jedinstveni književni jezik i stvoriti neku vrstu novina.

Horvat navodi: „Prve novine u Hrvatskoj izlaze u Zagrebu od 1771. godine a izdavao ih je Antun Jandera. Zvale su se „*Ephemeridas Zagrebienses*“ (Zagrebačke novine) bio je to tjednik na 4 stranice, izlazile su svake subote na latinskom jeziku. 1771. g. je izašlo svega 50 brojeva. Nema sačuvanih primjeraka, ali se zna da su postojale iz oglasa na zadnjoj omotnoj stranici zagrebačkog kalendara „*Calendarium Zagradiense*“ za godinu 1771. i 1772.“^[1]

Na portalu Nacionalne i sveučilišne knjižnice gdje se mogu naći stare hrvatske novine, navode: „*Il Regio Dalmata - Kraglski Dalmatin* ili Kraljski Dalmatin, prve su novine na hrvatskom jeziku. Te hrvatsko-talijanske upravno-političke tjedne novine, službene novine francuske uprave u Dalmaciji, izlazile su u Zadru, svake subote od 1806. do 1810. god. Tekst na talijanskom i hrvatskom jeziku bio je složen dvostupačno. Uređivali su ga B. Benincasa, I. Kreljanović i N. Budrović, a za hrvatske prijevode zaslužni su franjevac Paško Jukić i dominikanac Dominik Budrović.“^[5] Zbog činjenice da je list tiskan na hrvatskom jeziku, „Kraglski Dalmatin“ je bio dosta čitan među hrvatskim stanovništvom, rušeći duboko usađene predrasude određenih društvenih krugova o hrvatskom jeziku kao manje

vrijednom. Sama ova činjenica je uvelike pridonijela hrvatskom nacionalnom buđenju u Dalmaciji.

U Zagrebu od 1826 - 1829. g. izlaze novine „*Luna Agramer Zeitschrift*“ na njemačkom, latinskom i hrvatskom jeziku. Nakladnik i urednik bio je Franz S. Stauduar. Osim tekstova na njemačkom jeziku novine su objavljivale i stihove na hrvatskom jeziku, na kajkavštini. Godine 1830. novine mijenjaju naziv u „*Agramer politische Zeitung*“, a „*Luna*“ postaje zabavni prilog.

Ljudevit Gaj 6. siječnja 1835. god. pokreće „*Novine Horvatske*“ koje su izlazile dva puta tjedno s oglasnim prilogom „*Obznanitely k Horvatzkem novinam*“ i tjednim književnim prilogom „*Danicza horvatzka, slavonska y dalmatinzka*“. Sljedeće godine mijenja naslov u „*Ilirske narodne novine*“, a nakon zabrane ilirskoga imena, 1843. g. u „*Narodne novine*“. Naklada iznosi 725 primjeraka na kajkavskom jeziku u početku, a kasnije na štokavskom. „*Novine Horvatske*“ bile su, zajedno sa svojim prilogom, simbol otpora mađarizaciji te sredstvo buđenja nacionalne svijesti. „*Danica horvatska, slavonska i dalmatinska*“ bila je kulturno glasilo ilirskog pokreta, te prvi hrvatski kulturni i književni list.

Od 1. siječnja 1844 - 1849. g. u Zadru je izlazila „*Zora Dalmatinska*“, književno-prosvjetni tjednik, prvi hrvatski književni časopis koji je izlazio izvan Zagreba. Pokrenuo ga je i uređivao Ante Kuzmanić uz pomoć tiskara, braće Battara, i uz vjernu suradnju Petra Preradovića. Cijelo vrijeme svojega izlaženja podupirao je zahtjeve za ujedinjenje svih hrvatskih zemalja. Prestao je izlaziti zbog pooštrene cenzure. Kuzmanić je bio i vođa zadarskoga filološkoga kruga te je u „*Zori dalmatinskoj*“ provodio tzv. *dalmatinski pravopis* odupirajući se nastojanjima zagrebačke filološke škole. Polazio je s gledišta da književni (standardni) jezik mora biti što bliži narodnomu, pučkomu jeziku. Tjednik je bio više prosvjetne nego književne naravi pa je malo istaknutih književnika u njemu surađivalo.

6. lipnja 1848. godine pokrenute su „*Saborske novine*“, prve stranačke dnevne novine u Hrvatskoj. Izdavao ih je Lavoslav Župan, a uređivao Edvard Vrbančić. Izlazile su u malom formatu na samo 4 stranice. Pretplata je iznosila 2 forinte, ali ne postoje podaci o nakladi lista. Osnovna namjera bila je promicanje hrvatskih nacionalnih interesa u državnim odnosima s Mađarima prenoseći istupe

narodnjaka u Saboru. Iako je izdavač novina očekivao velik interes javnosti, tada popularne „Novine horvatske, slavonske i dalmatinske“ koje je izdavao Ljudevit Gaj redovitije su i bolje informirale o radu Sabora, pa su nakon samo 15 brojeva 29. srpnja 1848. g. Saborske novine prestale izlaziti.

1. listopada 1860. g. izlazi prvi broj „*Pozora*“, osnovao ga je Edvard Vrbanić. List se tiskao u Gajevoj tiskari. Izlazio je dnevno osim nedjelje po podne, na pola arka hrvatskim jezikom. Glavni dio je uvodni članak. Sadrži političke članke, vijesti o narodnom gospodarstvu, vijesti Bečke i Tršćanske burze, meterološki izvještaj, dnevni kalendar, oglasnik i lutrijski izvještaj. Glavni unutarnji suradnik, prevodilac, korektor, i tehnički urednik je Ivan Perkovac, dok je Vrbanić imao riječ u pogledu političkog smjera lista, a vodio je organizaciju i administraciju lista. U uvodnicima su učene rasprave pisane za akademski obrazovane čitatelje.

1869. g. časopis „*Vijenac*“ je pokrenula *Matica ilirska*, s podnaslovom „zabavi i pouci“. Časopis izlazi dvotjedno, a prvi urednik je Đuro Deželić. Drugo godište uređuje Ivan Perkovac, te „*Vijenac*“ postaje stvarno ogledalo hrvatskog književnog života. Proširio se i krug suradnika.

13. prosinca 1874. g. počinje zlatno razdoblje „*Vijenca*“ kada je urednikom postao August Šenoa. To je razdoblje oživljavanja i djelovanja Matice, mijenja ime u *Matica hrvatska*. Od tada „*Vijenac*“ ne izlazi kao Matičino glasilo, nego mu je vlasnik i nakladnik bila *Dionička tiskara*, u kojoj se list tiskao. Matica i dalje upravlja listom. Njezini članovi su pretplatnici lista te je o njima ovisilo izlaženje lista. Za vrijeme Šeninog uređivanja u časopisu su sudjelovali gotovo svi hrvatski pisci, bez obzira na politička ili ideološka uvjerenja. Nakon njegove smrti izredali su se mnogi urednici. Posljednje 35. godište lista uređivali su Ksaver Šandor-Gjalski i Milivoj Dežman-Ivanov. Izdali su 24 broja. Časopis je bio veoma luksuzan: osim književnih i esejističkih tekstova u njemu je bilo 168 slika, 17 portreta, 78 ilustracija i 44 table umjetničkih priloga. Matica je uložila u časopis 8 000 kruna, ali je rezultat bio slab i „*Vijenac*“ je 1903. ugašen.

Nakon toga se „*Vijenac*“ pokreće u više navrata: od 1910. do 1913. g.; od 1923. do 1928. g. oko skupine književnika; od 1944. do 1945. g. te ga 1993. g. obnavlja Matica hrvatska kao „*Novi Vijenac*“ u obliku dvotjednika.

1999. godine Andrea Zlatar je sa dijelom redakcije časopisa „Vijenac“ osnovala novi časopis „Zarez“. Dijelom zbog konzervativne uređivačke politike „Vijenac“, dijelom zbog potrebe da se pokaže drugačiji, otvoreniji pogled na kulturu.

Današnji „Vijenac“ je časopis koji prati sva aktualna zbivanja na književno izdavačkoj, likovnoj i domaćoj kazališnoj sceni. U nešto manjoj mjeri pozornost pridaje i drugim umjetnostima i projektima.

Od 24. lipnja 1940. do 2012. godine u Zagrebu izlazi „Vjesnik“, politički dnevni list. List je, u ilegali, pokrenuo *Centralni komitet Komunističke partije Hrvatske*. Početkom 1941. godine list dobiva naziv „Vjesnik radnog naroda“.

Početkom Drugoga svjetskog rata izlazi kao mjesečnik, sada nazvan „Vjesnik Hrvatske jedinstvene nacionalno-oslobodilačke fronte“. U zaglavlju lista od kolovoza 1941. stoji parola "Smrt fašizmu – Sloboda narodu!"^{46]} koju prihvaća cijeli oslobodilački pokret. „Vjesnik“ se stalno seli od Korduna do Splita.

Od 11. svibnja 1945., pod današnjim imenom, „Vjesnik“ izlazi kao dnevnik, tada se službeno u impresumu navodi ime glavnog urednika. Prve poratne godine „Vjesnika“ protječu u službi novom režimu. Šezdesetih godina širi se dopisnička mreža, list se sadržajno osvježava, a naklada raste. Vjesnikova kuća tada izdaje časopise i revije, od kojih su najpoznatiji bili „Vjesnik u srijedu“ (VUS) i „Start“. Pokreće se akcija "Plava vrpca Vjesnika", nagrada za pothvate spašavanja na moru. Uoči *Hrvatskoga proljeća*, list dostiže nakladu od preko 100.000 primjeraka. 1990. g. dolazi u interesnu sferu nove, HDZ-ove vlade. Kraće vrijeme, 1992. i 1993. godine, list nosi naziv „Novi vjesnik“. Od 1998. „Vjesnik“ kao prve hrvatske dnevne novine izlaze na internetu.

Posljednji tiskani broj izašao je 20. travnja 2012. Nakon toga do 26. travnja 2012. izlazi u elektronskom obliku (e-novine), a zatim samo kao internetski portal *Vjesnik.hr*. Od dana 12. lipnja 2012. prestaje ažuriranje portala *Vjesnik.hr*.

U srpnju 1959. godine tiskan je prvi broj „Večernjeg lista“, koji pripada najstarijim dnevnim listovima što još izlaze u Hrvatskoj. Nastao je spajanjem dvaju zagrebačkih dnevnih listova, „Narodnog lista“ i „Večernjeg Vjesnika“.

Prvi je broj Večernjaka tiskan u 63.500 primjeraka, što je u ono vrijeme bilo mnogo, a nakon samo 65 brojeva Večernjak doseže granicu od 100 tisuća tiskanih

primjeraka. Nastaje slogan lista: "*Brz, kratak, informativan, pouzdan, zanimljiv*"^[7]. List je izlazio na 10 do 12 stranica, subotom na 24 stranice, a nedjeljom nije izlazio. U početku je imao dva izdanja, za unutrašnjost i gradsko izdanje. Bila je to preteča sadašnjih regionalnih izdanja. List je forsirao priče o "običnim ljudima" i reportaže. Regionalna izdanja uskoro počinju igrati važnu ulogu u prodoru lista izvan Zagreba. U veljači 1970. godine nastaju četiri takva izdanja: prvo za BiH i područje Dalmacije, drugo za Hrvatsko primorje, Istru i Gorski kotar, treće za područje Slavonije, Baranje i Podravine i četvrto za zagrebačku makroregiju, a pokrivalo je područje Varaždina, Siska i Karlovca. Tada Večernjak postaje najutjecajniji, najtiražniji i najprodavaniji dnevni list u Hrvatskoj. Znatno je proširena dopisnička mreža i nastaje krilatica: "Sve što Večernji list nije objavio, nije se ni dogodilo"^[7].

Početkom 1984. godine redakcija provodi novu regionalizaciju lista, a broj izdanja povećava se na 12. Osmog svibnja 1984. godine nastaje i „*Plava devetka*“, kao pravi gradski, popodnevni list. U veljači 1988. godine Večernjak postaje i prvi dnevnik s izdanjem koje se tiska u inozemstvu, u *Neu Isenbergu* kraj Frankfurta. U prosincu 2000. godine „Večernji list“ postaje dijelom trećeg po veličini medijskog koncerna u Austriji, *Styria Medien AG*. Početkom 2003. godine Večernji dobiva novu rotaciju i tiska se cjelovito u boji, biva redizajniran i izlazi na nešto izmijenjenom formatu. „Večernji list“, novine s desetljećima dugom tradicijom najjačeg dnevnog lista u Hrvatskoj.

Naklada je katkad dosegala visoke brojke. Prva polumilijunska naklada postignuta je 1980. godine, 9. svibnja, u vrijeme izvještavanja o smrti Josipa Broza Tita. 11. siječnja 1999. godine postignut je apsolutni rekord - 1,017.200 primjeraka, što je vezano uz tada vrlo popularne nagradne igre.



Slika br. 1 – novine

6. travnja 1998. g. izlazi najmlađi hrvatski dnevnik pokrenut u posljednjih 45 godina koji se uspio održati na tržištu. „Jutarnji list“ izdavača *Europapress holdinga*. Od izlaženja prvog broja prodan je u više od 214 milijuna primjeraka, a postao je i najjači oglasni pisani medij u Hrvatskoj, tvrdi izdavač. Od četrdesetak zaposlenih prije petnaest godina redakcija je, kako navode, narasla na više od pet stotina što stalno zaposlenih, što honorarnih suradnika.

Agencija Henda^[8] je 2005. godine provela istraživanje čitanosti hrvatskih medija na uzorku od 5 049 ispitanika, koje pokazuje da dnevne novine čita 80% Hvata, a 20% ih uopće ne čita.

Po čitanosti su „Jutarnji list“ i „Večernji list“ gotovo izjednačeni, ali „Jutarnji list“ je preuzeo titulu najčitanijeg. On se čita u većim mjestima, podjednako kod žena i muškaraca, dobne skupine do 44 godine, sa većim primanjima. „Večernji list“ je čitan u manjim mjestima, i odmah je za „Jutarnjim listom“ kad se gleda po spolu, najviše ga čitaju stariji od 45 do preko 65 godina. Gledano po primanjima ispitanika „Večernji list“ je najčitaniji kod ispitanika s manjim primanjima.

3.5. Elektroničke novine

Internet je nastao kao informacijska i komunikacijska mreža za vojne svrhe. Za razvoj interneta kakvog danas poznajemo najzaslužniji je engleski istraživač Tim Berners-Lee koji je 1991. godine započeo World Wide Web. Internet se počeo širiti u drugoj polovici 90-tih godina 20. stoljeća. Internetska izdanja hrvatskih medija su dugo bile kopije tiskanih izdanja, izdavači su shvatili da čitateljima moraju ponuditi

više, bolje i kvalitetnije informacije, ali i da distribuciju informacija moraju prilagoditi novim tehnologijama i platformama.

Istraživanje iz 2009. godine "*Hrvatski mediji u očima građana*" Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu i nezavisnoga istraživačkoga centra *Media meta*^[9], pokazalo je zanimljive podatke o tome kako građani doživljavaju medije. Na reprezentativnom uzorku od 1000 ispitanika utvrđeno je da od svih medija, čak 45 % ispitanika najviše vjeruje internetu, 39 % radiju, 30 % magazinima i tjednicima. Na zadnjem mjestu su dnevne novine sa 24 %, u koje hrvatski građani imaju najmanje povjerenja. Što se tiče praćenosti medija, internet je također iznad dnevnih novina s 33 % naspram 28 %, a praćeniji su jedino televizija s 57 % i radio s 50 %. Ispitanici navode kako imaju veće povjerenje u lokalne, nego u nacionalne medije. Kada je u pitanju izvještavanje o politici najvjerodostojniji im je medij radio, a najmanje dnevne novine i televizija. Igor Kanižaj s Fakulteta političkih znanosti kaže: „Hrvat prosječno 400 minuta provede uz medije, no gledanost televizije pada, a istovremeno raste slušanost radija. Od 2004. godine sve više pada čitanost tiskanih medija.“^[9]

Paparella navodi: „Prema evidenciji HGK o izdavanju i distribuciji tiska, tijekom 2010. nestalo 72 tiskovine, odnosno po jedna svakih pet dana. Ukupno od siječnja 2010. do kraja ožujka 2011. nestalo je 97 tiskovina.“^[10]

Prema rezultatima istraživanja agencije Gfk – centra za istraživanje tržišta^[11] za prosinac 2011. godine medijima u Hrvatskoj vjeruje svaki peti građanin (21 %), dok ih više od polovice (54 %) nema povjerenje u medije.

Zato su internetska izdanja hrvatskih medija odlučili pratiti svjetske trendove te ograničiti dostupnost medijskih objava na internetu te su postupno uveli naplatu cjelovitoga sadržaja. Iako internet sve više ugrožava tisak, Gavranović smatra: „Kako je to samo dodatna smjernica za preživljavanje novina koje će dobiti ključnu ulogu u uvođenju reda u velikoj masi informacija“.^[12]

Tanja Grmuša u svom radu zaključuje: „Ulaskom komercijalnih medija na hrvatsko tržište neki od njih gube dugogodišnji monopol, ali i kvalitetu. Fenomen tabloidizacije i komercijalizacije ostavio je negativne posljedice u vidu nestanka ozbiljnih novina, kao i pravog istraživačkog novinarstva, a javlja se i tzv. građansko

novinarstvo koje smanjuje vrijednost medijskog sadržaja i novinarski profesionalizam. Glavni izvor prihoda postaju oglašivači čiji je utjecaj pogubniji od političkoga, budući da posve kontroliraju medijski sadržaj ali i novinare. Ekonomski položaj medija u Hrvatskoj dodatno je uzdrman gospodarskom krizom koja je smanjila broj naklada, prepolovila udio marketinških prihoda što je mnoge izdavače i medijske vlasnike natjeralo na racionalizaciju poslovanja što se manifestiralo gašenjem neprofitabilnih projekata, uvođenjem djelomične ili potpune naplate internetskih sadržaja, ali i smanjenjem broja zaposlenih u redakcijama.^[13]

4. EKSPERIMENTALNI DIO RADA

4.1. Metodologija eksperimenta

Istraživanje se provodilo 18. lipnja 2012. godine od 10 do 18 sati na Grafičkom fakultetu u Zagrebu. Istraživanje je provedeno u osobnom kontaktu sa studentima koji su taj dan bili na fakultetu. Korištene su dvije metode, anketa i metoda praćenja pokreta oka (*eye tracking*). U anketi je sudjelovalo 20 studenta. Rješavali su je prije ili nakon metode praćenja pokreta oka i nisu imali vremensko ograničenje. Kod metode praćenja pokreta oka vremensko ograničenje je bilo 7 sekundi i u njoj je sudjelovao 21 student.

U istraživanju se uspoređivalo uočavanje sadržaja tiskanih novina i internetskog izdanja od istog dana. Pomoću tehnologije praćenja pokreta oka dobili su se podaci o redoslijedu i duljini korištenja istih sadržaja u različitim medijima. Sav materijal se gledao na ekranu, a tiskano izdanje se skeniralo. Kao uzorak su se koristile tiskane i internet stranice kulture „Večernjeg lista“ i „Jutarnjeg lista“.

U anketnom dijelu istraživanja su se dobili demografski podaci o ispitanicima, te mišljenja i stavovi o prednostima i nedostacima različitog medijskog predočavanja.

Cilj istraživanja je ustanoviti obrasce čitanja istih informacija prezentiranih putem različitih medija, te ispitati kako čitatelj doživljava tiskani i elektronički medij, kako utječe dizajn elektroničkih novina primjeren čitateljstvu koje je naviklo na tiskane novine, te koje mane tiskanih novina nadilaze elektroničke novine.

Hipoteze koje će istraživanje potvrditi ili opovrgnuti su:

- ljudi su više naviknuti na tiskane medije nego na elektroničke.
- elektronički mediji su prepuni raznovrsnih informacija koje čitatelja zbunjuju i raspršuju mu koncentraciju više nego kod tiskanih medija.

4.1.1. Anketa

Anketa se sastojala od 8 pitanja od kojih su četiri s višestrukim odgovorima. Prvi dio ankete kategorizira ispitanike, dok se drugi dio bazira na čitanosti tiskovnih i elektroničkih novina i pridavanju važnosti informaciji, estetskom izgledu i funkcionalnosti tiskanih i elektroničkih novina.

Anketom je obuhvaćeno 20 ispitanika, 30% ispitanika su muškarci, dok su 70 % žene, 65% ispitanika je na preddiplomskom, a 35% na diplomskom studiju Grafičkog fakulteta. Kroz anketu saznajemo kako ih sami ispitanici doživljavaju, a s metodom praćenja pokreta oka dobivamo objektivne rezultate koji nam govore što vizualno najviše privlači pozornost ispitanika.

Pitanja ankete na koja su ispitanici odgovarali su u prilogu.

4.1.2. Metoda praćenja oka

Metoda praćenja oka (*eye tracking*) omogućuje veliku pokretljivost glave osiguravajući prirodno ponašanje i dobivanje vjerodostojnijih podataka. Nenametljiva tehnologija stvara okruženje bez rastresenosti. Sama tehnologija je integrirana u jedan uređaj tako da ne smeta ispitanika. Moguće je izvođenje točnih i dugačkih studija praćenja oka bez zamaranja. Snažne mogućnosti praćenja oka osiguravaju mali gubitak podataka, bez obzira na etničku pripadnost ispitanika, godine, korištenje naočala, kontaktnih leća ili maskare. Efektivno binokularno praćenje oka omogućuje studije individualnog praćenja.

Metoda praćenja oka je sustav koji se sastoji od računalnog ekrana i široke plosnate kutije ispod njega u kojem je sam uređaj, a sve je spojeno na laptop. Priprema prezentacije za ispitivanje se radi u softveru za metodu praćenja oka. Rezultati koji se dobiju iz takvog ispitivanja su toplinske mape, njihova animacija i brojčani podaci. Iz tih rezultata dobivamo podatke što su ispitanici prvo uočili, koliko i gdje im se pogled najviše fiksirao i koliko je prosječno bilo fiksacija.

4.1.3. Korišteni materijali

U istraživanju su se koristile tiskane i elektroničke novine „Jutarnjeg lista“ i „Večernjeg lista“ od 11. lipnja 2012. godine. Izabrana je rubrika „Kultura“.



Slika br. 2 - rubrika kultura tiskanih novina „Jutarnjeg lista“



Slika br. 3 - rubrika kultura elektroničkih novina „Jutarnjeg lista“

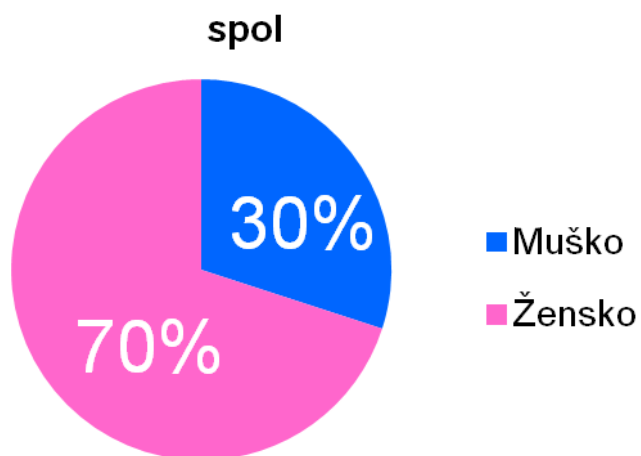
Kad se promatraju tiskane i elektroničke novine „Jutarnjeg lista“ možemo vidjeti da se prilično razlikuju po veličini glavnog članka. U tiskovnim novinama glavni članak se proteže na dvije stranice i neusporedivo je veći od bočnih članaka s lijeve strane. Sam glavni članak ima unutar sebe podčlanak sa velikim naslovom i slikom. Cijelim tiskovnim novinama „Jutarnjeg lista“ dominira nadnaslov, naslov i slike glavnog članka. Nakon njega se nameće po veličini i boji oglas „IVAPLIN natječaj“, kojeg nećemo obrađivati u ovom radu. A na lijevoj strani jednake veličine se nalaze tri manja članka. Za usporedbu, elektroničkim novinama „Jutarnjeg lista“ glavni članak ne dominira tolikim prostorom. Članak je veći svega tri puta od manjih članaka. Manji članci su smješteni desno i ispod glavnog članka, dok su kod tiskovnih novina samo s lijeve strane. Člancima, u elektroničkim novinama, dominira najviše slika ispod koje je naslov. Sadržaj i njegova količina se od kriva tek nakon odabira članka.

Uspoređujući tiskane i elektroničke novine „Večernjeg lista“ vidimo da su po konstrukciji vrlo slične. Obje na stranicama imaju više članaka podjednako vizualnog značenja. Kod tiskanih novina glavni članak po veličini se nalazi na lijevoj strani i zauzima većinu te stranice. Njime više dominira naslov nego slika. Na desnoj stranici se nalaze dva članka od kojih je po vizualnom značenju veći lijevi, kojem dominiraju slika i naslov. U gornjoj liniji se nalaze manji članci podjednako značenja. Njima dominiraju naslovi, dok samo jedan ima sliku.

Kod elektroničkih i tiskovnih novina „Večernjeg lista“ veličinom dominira glavni članak. Sljedeći članak po vizualnom značenju, kod elektroničkih novina, je „Kultura“, koji se nalazi na desnoj strani. Iza njega slijede dva članka koji su vizualno jednaki i nalaze se ispod glavnog članka. Vizualno dva najmanja članka se nalaze ispod članka „Kultura“. Manjim člancima naslov i podnaslov je uz sliku, te su podjednake veličine.

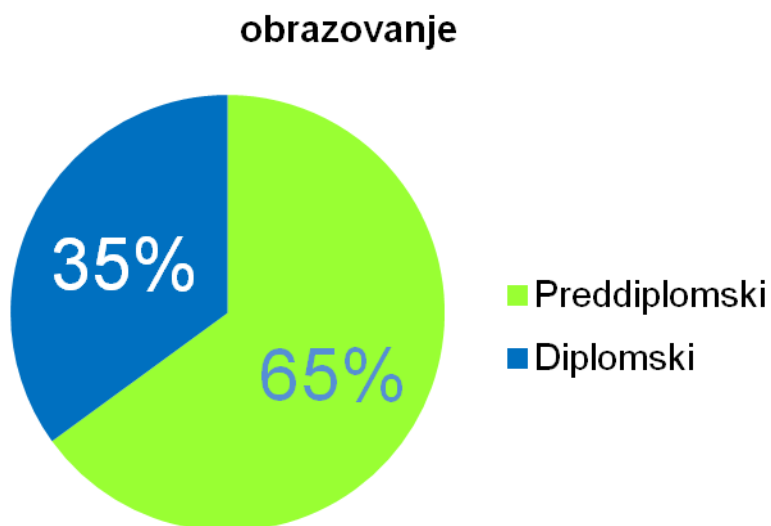
5. REZULTATI I RASPRAVA

5.1. Rezultati ankete



Graf br. 1 – spol ispitanika

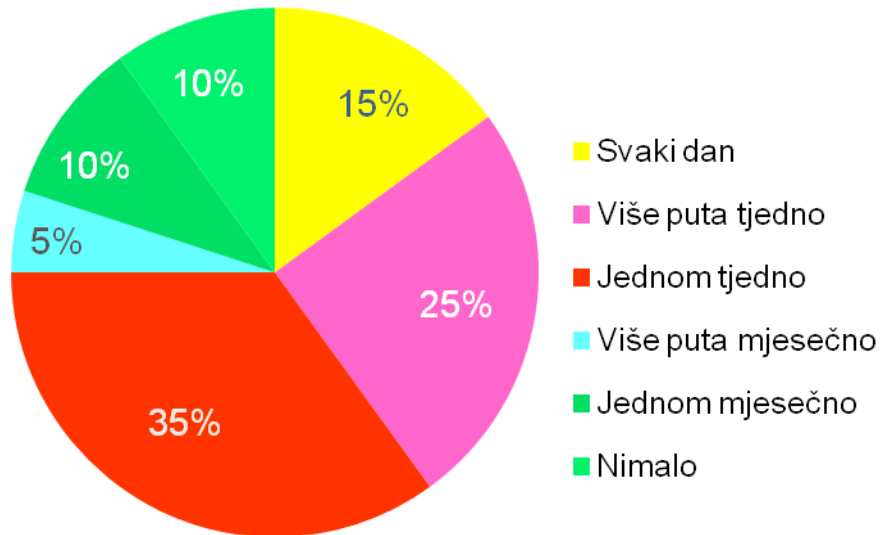
U anketi je sudjelovalo 20 ispitanika od kojih su većinom žene u 70%, dok je 30% muškaraca (graf br. 1).



Graf br. 2 – obrazovanje ispitanika

Ispitanici su većinom 65% sa preddiplomskog studija, dok je njih 35% sa diplomskog (graf br. 2).

koliko često čitate tiskane novine?



Graf br. 3 – čitanje tiskovnih novina

35% ispitanika najviše jednom tjedno pročitaju ili prelistaju tiskovne novine, dok ih svaki dan pročita ili prelista samo 15% ispitanika, a 10% ih uopće ne čita (graf br. 3).

Što vam se sviđa kod tiskovnih novina? (više odgovora)

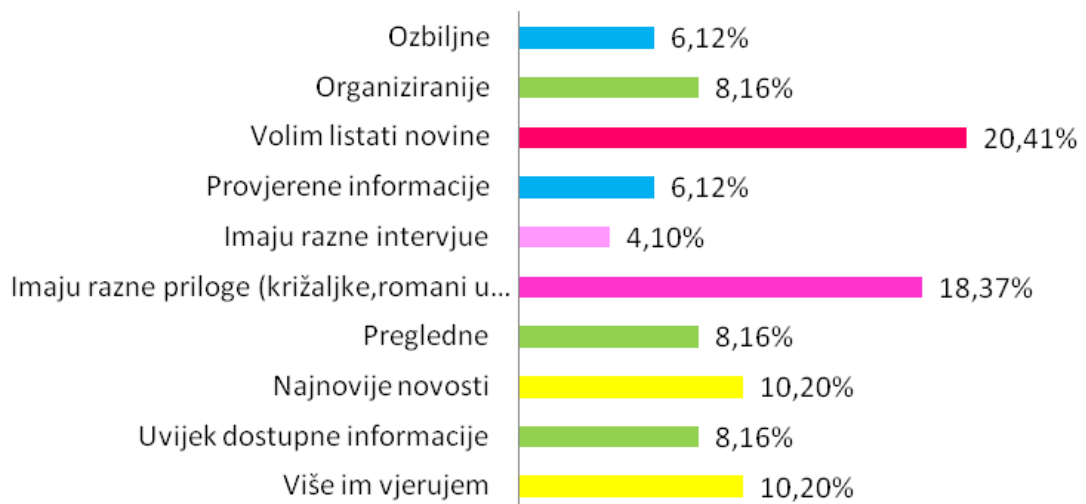


Tabela br. 1 – pozitivne strane tiskovnih novina

20,41% ispitanika najviše ih voli listati, 10,20% im vjeruje, a 18,37% ispitanika se sviđaju razni prilozima koji dolaze uz novine. 6,12% ispitanika tiskovne novine smatra ozbiljnim u pozitivnom smislu, također ih 6,12% voli zbog provjerenih informacija. 8,16% ispitanika se sviđa organiziranost tiskovnih novina (tabela br. 1).

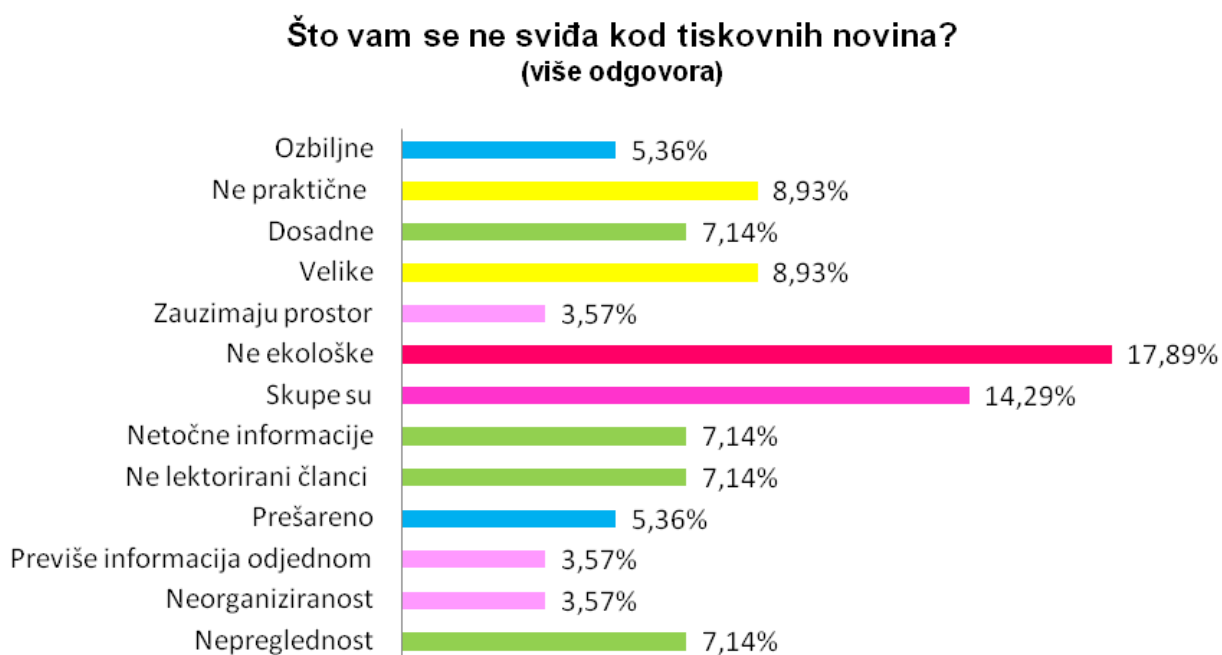
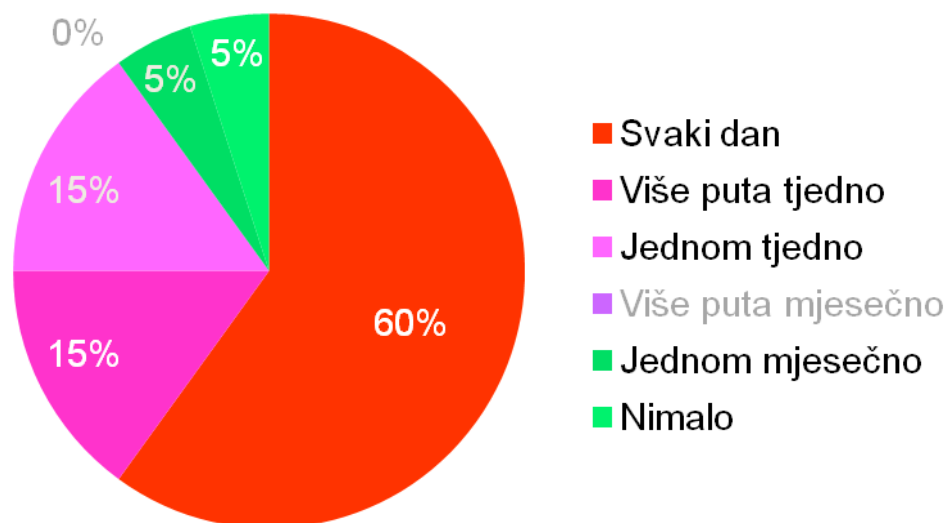


Tabela br. 2 – negativne strane tiskovnih novina

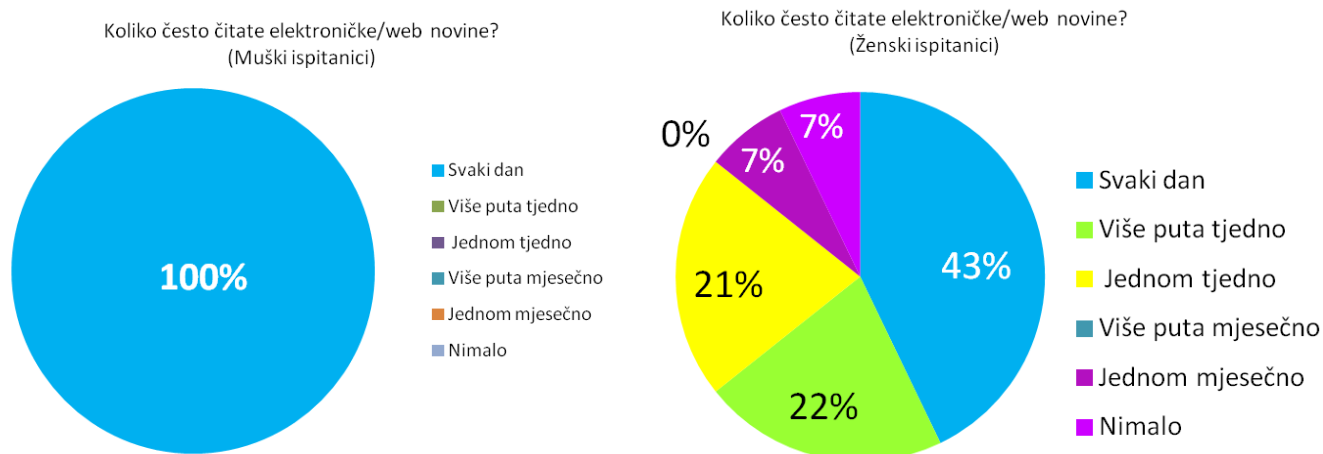
17,89% ispitanika se ne sviđa što su novine ne ekološke, 14,29% što su skupe, 8,93% što su ne praktične i velike. Dosadnima ih smatra 7,14%, a ozbiljnim u negativnom smislu 5,36% (tabela br. 2).

koliko često čitate elektroničke/web novine?



Graf br. 4. – čitanje elektroničkih novina

60% ispitanika elektroničke novine pročita svaki dan, u što su uračunati svi muški ispitanici (100%), dok ih 42,85% žena pročita svaki dan, a 21,42% više puta kroz tjedan i 21% jednom tjedno (graf br. 4/1). Ni malo ih ne čita tek 5% (graf br. 4).



Graf br. 4/1 – čitanje elektroničkih novina (muški i ženski ispitanici)

**Što vam se sviđa kod elektroničkih novina?
(više odgovora)**

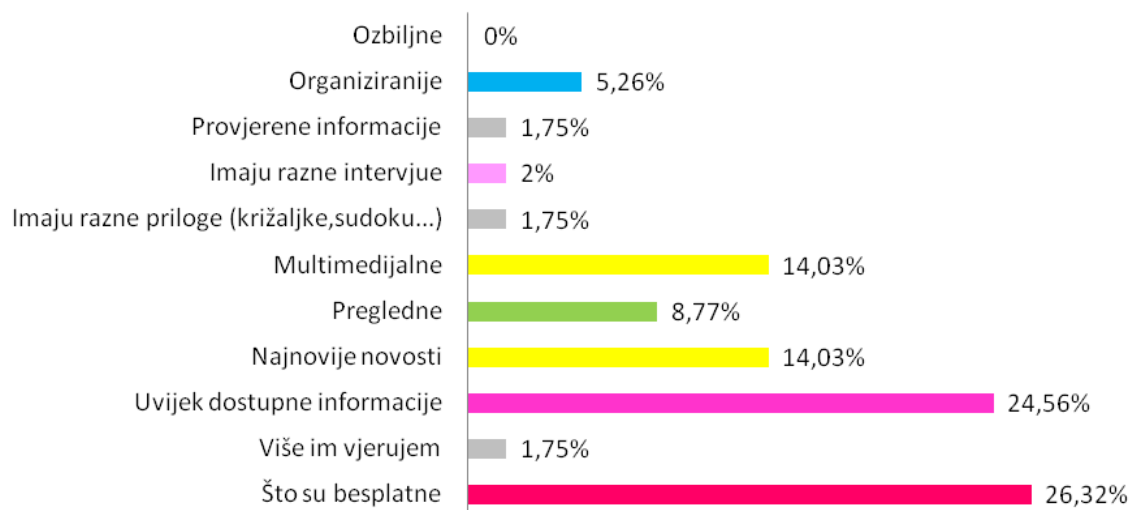


Tabela br. 3 – pozitivne strane elektroničkih novina

26,32% ispitanika se sviđa što su elektroničke novine besplatne, 24,56% što su uvijek dostupne informacije, 14,03% što imaju najnovije novosti i što su multimedijalne. Niti jedan ispitanik ih ne smatra ozbiljnima dok im vjeruje samo 1,75%. 5,26% ispitanika se sviđa organiziranost elektroničkih novina (tabela br. 3).

**Što vam se ne sviđa kod elektroničkih/web novina?
(više odgovora)**

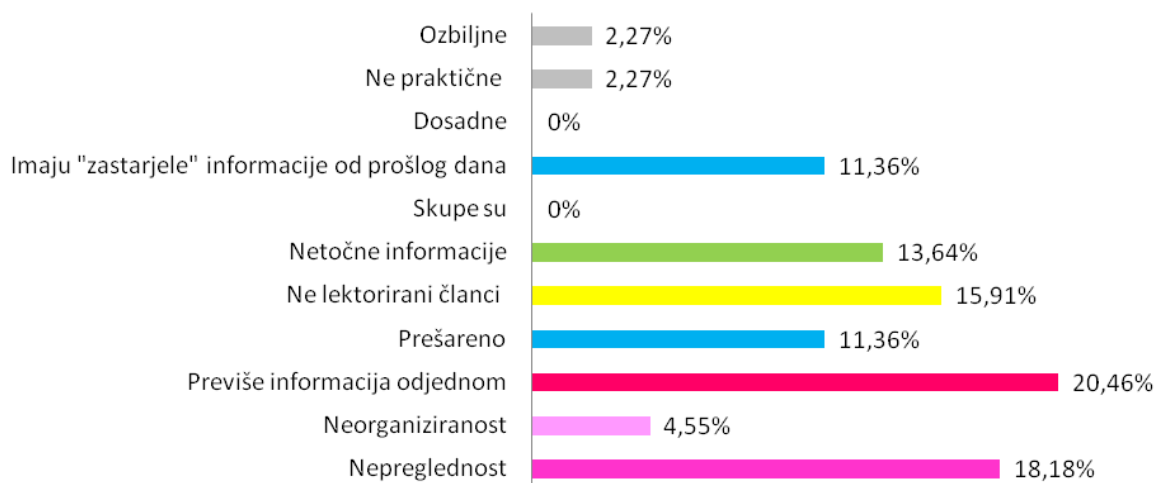


Tabela br. 4 – negativne strane elektroničkih novina

20,46% ispitanika se ne sviđa što elektroničke novine imaju previše informacije odjednom, 18,18% smeta nepreglednost, 15,91% nelektorirani članci, 13,64% netočne informacije, 11,36% zastarjele informacije. Niti jedan ispitanik ih ne smatra dosadnim, dok ih samo 2,27% smatra ozbiljnima u negativnom smislu, a 4,55% neorganiziranim (tabela br. 4).

Promatrajući ove rezultate ankete studenata Grafičkog fakulteta u Zagrebu, ispitanici ne čitaju često tiskovne novine, tek jednom tjedno (35%) dok ih svaki dan pročita tek 15% ispitanika, a 10% ih uopće ne čita. Za usporedbu, elektroničke novine čita 60% ispitanika svaki dan, a samo 5% ih uopće ne pročita.

Ispitanici kao najveću prednost tiskovnih novina navode listanje novina (20%), razne dodatke i priloge koji dolaze uz novine (18,37%). Ispitanici im više vjeruju (10,20%) nego elektroničkim novinama (1,75%). Smatraju ih ozbiljnijima (6,12%) i da su informacije u tiskanim novinama provjerene (6,12%) za razliku od elektroničkih novina (1,75%).

Elektroničke novine imaju veliku čitanost zato što su informacije uvijek dostupne (24,56%), besplatne su (26,32%). Zanimljivije su od tiskovnih novina zbog multimedijalnosti (14,03%).

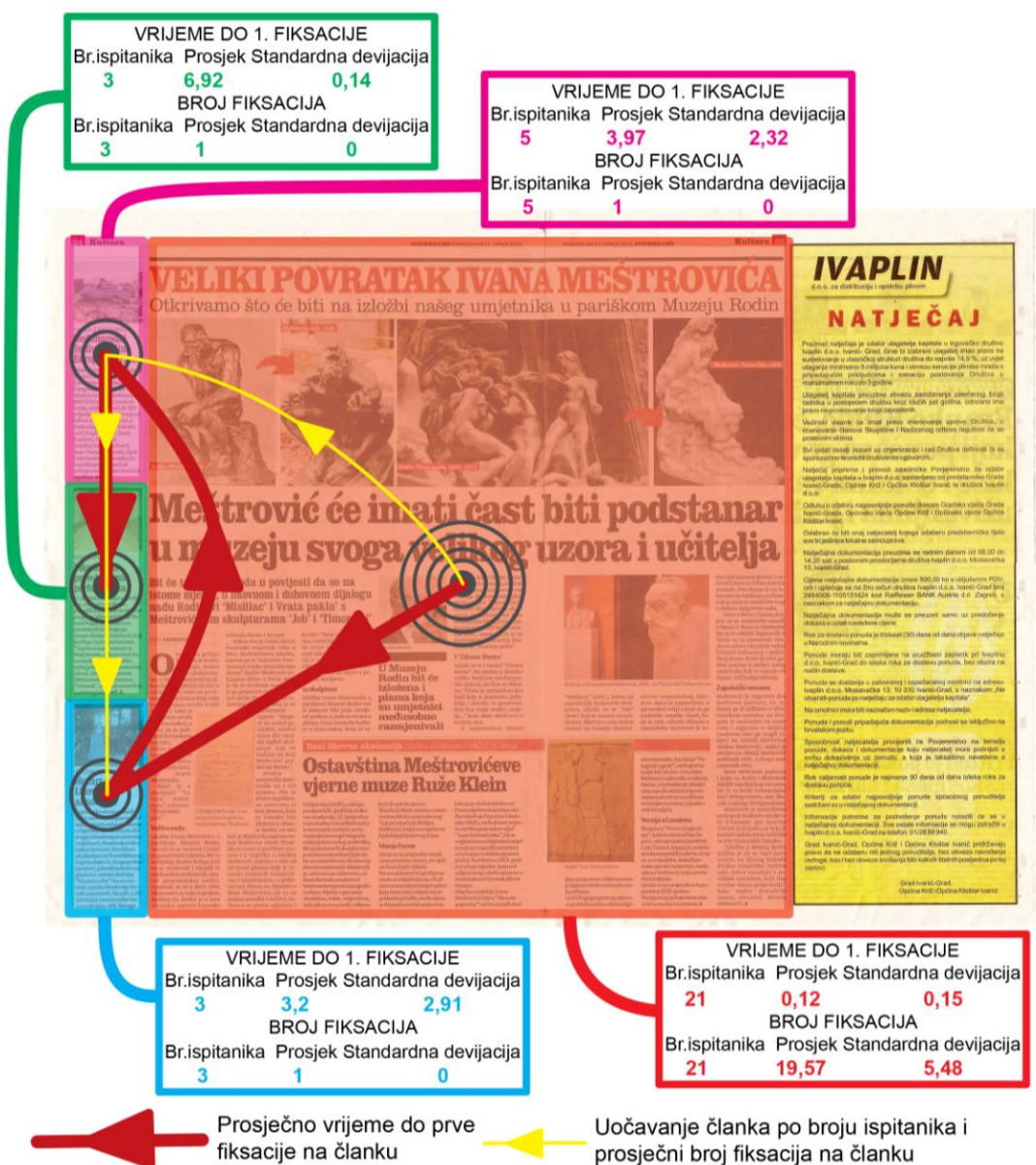
Najveća mana tiskovnih novina je što su ne ekološke (17,89%), skupe (14,29%), velike i nepraktične (8,93%). 7,14% ispitanika ih smatra dosadnima, dok elektroničke novine ne smatraju dosadnima.

Mane elektroničkih novina su previše informacija odjednom (20,46%), nepreglednost (18,18%), nelektorirani članci (15,91%) i netočne informacije (13,64%).

5.2. Rezultati metode praćenja oka

Metoda praćenja oka nam može pokazati područja interesa ispitanika. To dobivamo analizom numeričkih rezultata ispitivanja. Kod rezultata područja interesa novinska stranica je podjeljena u članke koji su pod određenim brojem. Ti rezultati nam daju točan broj ispitanika koji su uočili određeni članak, kojim su ih redom uočavali, koliko je fiksacija bilo na svakom članku i u kojem vremenu su uočavali članke.

Pomoću toplinske mape možemo vizualno odrediti rezultate promatranja unutar 7 sekundi, koliko su sudionici imali na raspolaganju za uočavanje i fiksaciju pogleda. Njome konkretno vidimo po boji koji su dio članka ispitanici najbolje uočili, a koji je tek pređen pogledom. Iz tih rezultata se može reći što je najdominantnije u članku. Vizualni rezultati koje dobivamo, od sudionika ispitivanja, možemo analizirati bez da gledamo numeričke rezultate.



Slika br. 6 – Područje interesa tiskanih novina „Jutarnjeg lista“

Uočavanje članka po broju ispitanika

Naslov	Br. ispitanika	Prosjek
Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...	21	0,12
Međunarodni festival u Kinu Europa i Karasu	5	3,97
Vikend pun provokativnih preformansa	3	6,92
Mozart u vrtu Likovne akademije	3	3,2

Tabela br. 5 – Uočavanje članka po broju ispitanika

Kod slike br. 6 grafički su prikazane tabela br. 5, 6 i 7. Žuta strelica nam pokazuje redosljed uočavanja članka po broju ispitanika (tabela br. 5). S najvećim brojem ispitanika, svih 21, je najuočeniji crveni članak „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“. Iza njega su sa manje od četvrtine ispitanika rozi članak „Međunarodni festival u Kinu Europa i Karasu“ s 5 ispitanika, zeleni „Vikend pun provokativnih preformansa“ i plavi članak „Mozart u vrtu Likovne akademije“ s 3 ispitanika.

Prosječni broj fiksacija na članku


Naslov	Prosjek	Br. ispitanika
Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju... 	19,57	21
Međunarodni festival u Kinu Europa i Karasu 	1	5
Vikend pun provokativnih preformansa 	1	3
Mozart u vrtu Likovne akademije 	1	3

Tabela br. 6 – Prosječni broj fiksacija na članku

Također žuta strelica nam pokazuje i prosječni broj fiksacija na članku (tabela br. 6) koji je jednak uočavanju članka po broju ispitanika. Crveni članak „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ ima najviše fiksacija njih 19,57, dok ostali imaju po jednu fiksaciju na članku.

Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku





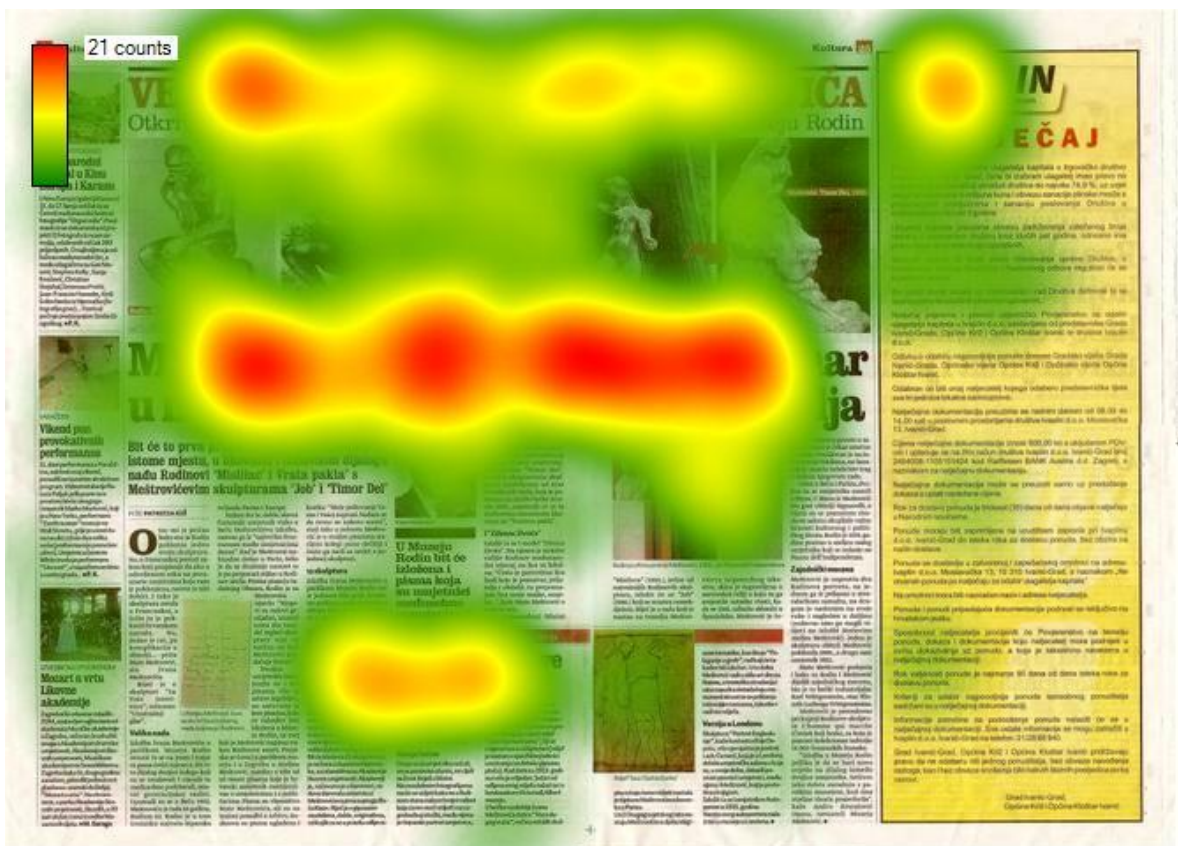
Naslov	Prosjek	Br. ispitanika
Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju... 	0,12	21
Mozart u vrtu Likovne akademije 	3,2	3
Međunarodni festival u Kinu Europa i Karasu 	3,97	5
Vikend pun provokativnih preformansa 	6,92	3

Tabela br. 7 – Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku

Crvena strelica nam pokazuje prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku (tabela br. 7). Ona nam pokazuje kako su se kretali pogledi ispitanika po novinskoj stranici i u kojem su vremenu uočavali članke. Crveni članak „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ ima najmanje vrijeme do prve fiksacije (0,12 sek.)

što znači da je prvi uočen. Plavi članak „Mozart u vrtu Likovne akademije“ ima vrijeme od 3,2 sek., rozi članak „Međunarodni festival u Kinu Europa i Karasu“ ima vrijeme od 3,97 sek, a zeleni „Vikend pun provokativnih preformansa“ ima 6,92 sek. Zeleni članak „Vikend pun provokativnih preformansa“ je najmanje uočen jer ima najmanje vrijeme do prve fiksacije na članku.

Promatrajući prosjek i gledajući rezultate crvenog članka „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ zamjećujemo da on jako odskoče. To nam pokazuje da je najbolje, najbrže i najviše uočeni članak dok su ostali članci daleko iza njega.

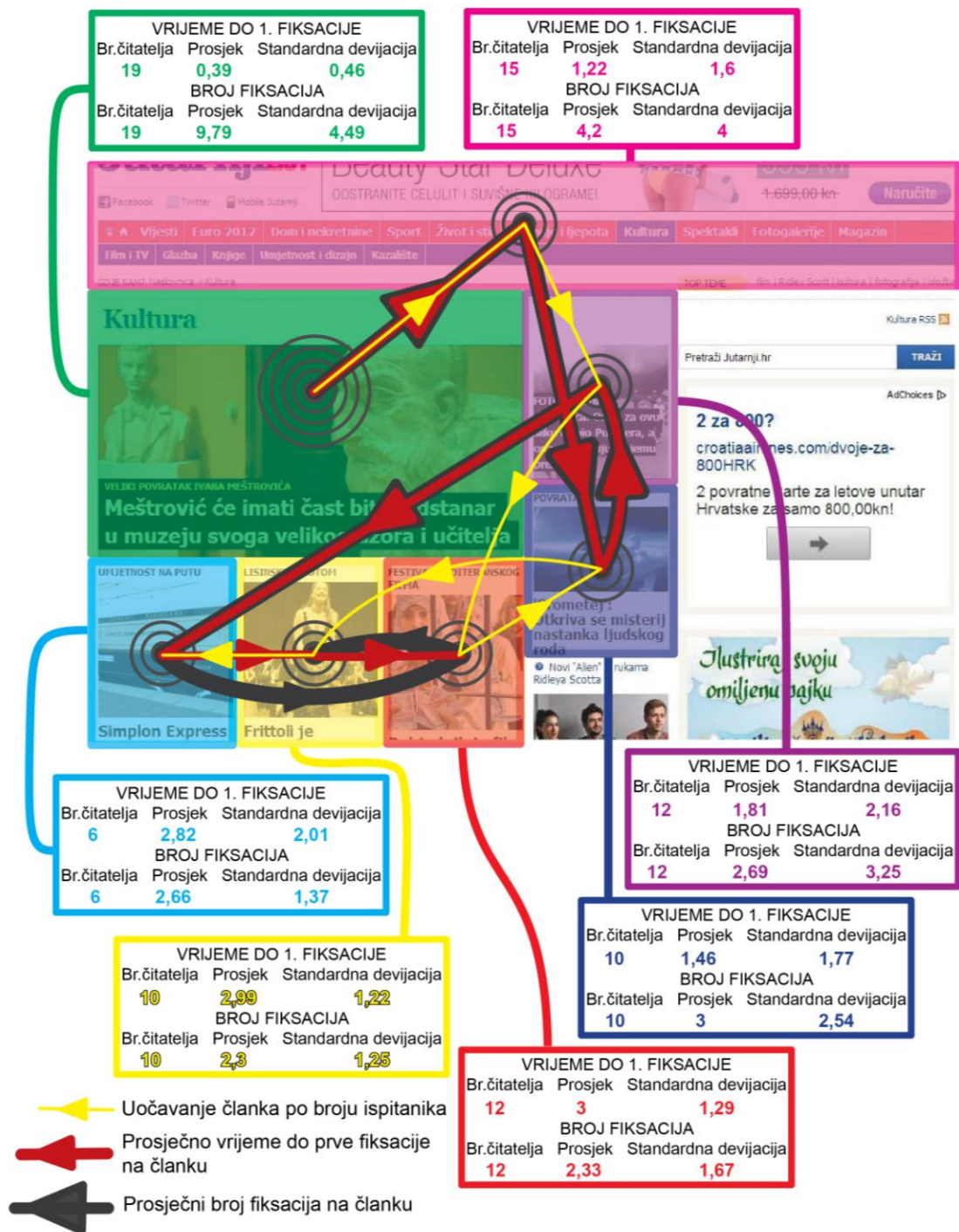


Slika br. 7 – Toplinska mapa tiskanih novina „Jutarnjeg lista“

Pomoću toplinske mape možemo pouzdanije reći što je privlačilo toliku pozornost ispitanika u crvenom članku „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ (slika br. 7). Kao što vidimo to je najveći članak sa najvećom slikom i glavnim naslovom koji dominiraju stranicom. Po crvenoj boji (najbolje uočeno područje) vidimo da je glavni naslov, vjerojatno i pročitan. Žuta boja (dobro uočeno područje)

pokazuje da je dobro uočen manji članak i nadnaslov sa slikom. Zelena boja (uočeno područje) se pojavljuje po slikama i naslovima bočnih članaka. U crvenom članaku „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ je uočen i tekst s desne strane.

Gledajući tiskane novine „Jutarnjeg lista“ možemo ustanoviti da su sudionici većinom „bacili“ pogled na naslove manjih članaka. Dok su se izrazito fokusirali na glavni i najveći naslov i slike.



Slika br. 8 – Područje interesa elektroničkih novina „Jutarnjeg lista“

Na slici br. 8 elektroničke novine „Jutarnjeg lista“ žuta strelica pokazuje redosljed uočavanja članka po broju ispitanika (tabela br.8).

Uočavanje članka po broju ispitanika

Naslov	Br.ispitanika	Prosjek
Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju... 	19	0,39
Heder 	15	1,22
Foto 	12	1,81
Festival Mediteranskog filma 	12	3
Povratak "Alienu" 	10	1,46
Lisinski subotom 	10	2,99
Umjetnost na putu 	6	2,82

Tabela br. 8 - Uočavanje članka po broju ispitanika

S najvećim brojem ispitanika je najuočeniji zeleni članak „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ sa 19 ispitanika. Iza njega sa 15 ispitanika je rozi „Heder“, ljubičasti „Foto“ i crveni članak „Festival Mediteranskog filma“ s 12 ispitanika. Tamnoplavi „Povratak "Alienu"“ i žuti „Lisinski subotom“ s 10 ispitanika i svijetloplavi „Umjetnost na putu“ s 6 ispitanika.

Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku

Naslov	Prosjek	Br.ispitanika
Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju... 	0,39	19
Heder 	1,22	15
Povratak "Alienu" 	1,46	10
Foto 	1,81	12
Umjetnost na putu 	2,82	6
Lisinski subotom 	2,99	10
Festival Mediteranskog filma 	3	12

Tabela br. 9 - Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku

Crvena strelica nam pokazuje prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku (tabela br.9). Zeleni članak „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ je prvi uočen zbog najmanjeg vremena do prve fiksacije (0,39 sek.). Rozi „Heder“ je drugo uočen s 1,22 sek., zatim tamnoplavi „Povratak "Alienu"“ s 1,46 sek. Četvrto uočeni je ljubičasti „Foto“ s 1,81 sek., zatim svijetloplavi „Umjetnost na putu“ s 2,82

sek., šesto uočeni je žuti „Lisinski subotom“ s 2,99 sek. I zadnje uočeni je crveni članak „Festival Mediteranskog filma“ s 3 sek.

Prosječni broj fiksacija na članku

Naslov	Prosjek	Br. ispitanika
Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju... 	9,79	19
Heder 	4,2	15
Povratak "Alienu" 	3	10
Foto 	2,69	12
Umjetnost na putu 	2,66	6
Festival Mediteranskog filma 	2,33	12
Lisinski subotom 	2,3	10

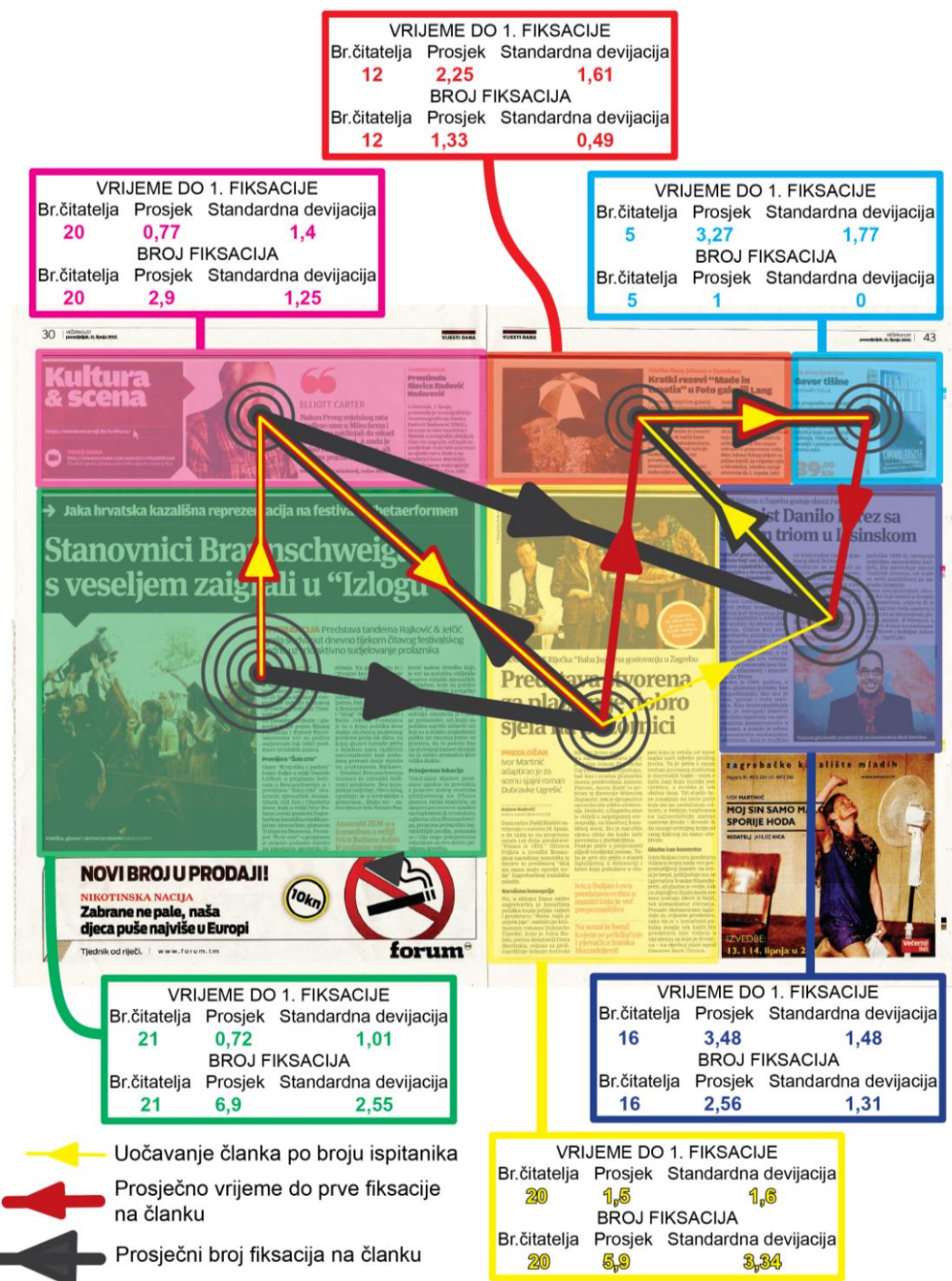
Tabela br. 10 - Prosječni broj fiksacija na članku

Crna strelica nam pokazuje prosječni broj fiksacija na članku (tabela br. 10). Zeleni članak „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ ima najviše fiksacija njih 9,79, dok rozi „Heder“ ima 4,2 fiksacija, tamnoplavi „Povratak "Alienu"“ ima 3 fiksacije. A ljubičasti „Foto“ ima 2,69, svijetloplavi „Umjetnost na putu“ ima 2,66, crveni „Festival Mediteranskog filma“ i žuti „Lisinski subotom“ imaju 2,3 fiksacije. Kad se pogledaju svi numerički rezultati elektroničkih novina „Jutarnjeg lista“ niti jedan članak ne odskoče jako od ostalih kao što je slučaj kod tiskanih novina „Jutarnjeg lista“. Kod ovih novina najuočljiviji članak je zeleni „Meštrović će imati čast biti podstanar u muzeju...“ koji je uočilo 19 ispitanika, u prosječnom vremenu do prve fiksacije od 0,39 sek. Što je lošije od istog članka u tiskovnim novinama „Jutarnjeg lista“ gdje je bilo vrijeme od 0,12 sek.



Slika br. 9 – Toplinska mapa elektroničkih novina „Jutarnjeg lista“

Promatrajući elektroničke novine „Jutarnjeg lista“ vidimo da su ispitanici promotrili sve po malo, a većinom su se fokusirali na glavni naslov i sliku, koji su crvene boje. Ostale članke su podjednako uočili i to većinom naslove. Kod elektroničkih novina „Jutarnjeg lista“ nema velikog odstupanja u uočljivosti kao kod tiskanih novina (slika br. 9).



Slika br. 10 – Područje interesa tiskanih novina „Večernjeg lista“

Na slici br. 10 tiskovnih novina „Večernjeg lista“ žuta strelica pokazuje redosljed uočavanja članka po broju ispitanika (tabela br.11).

Uočavanje članka po broju ispitanika





Naslov	Br.ispitanika	Prosjeak
Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu" 	21	0,72
Kultura i scena 	20	0,77
Predstava stvorena za plažu nije dobro sjela... 	20	1,5
Pijanist Danilo Perez... 	16	3,48
Kratki rezovi... 	12	2,25
Govor tišine 	5	3,27

Tabela br. 11 - Uočavanje članka po broju ispitanika

S najvećim brojem ispitanika je zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu"“ sa 21 ispitanikom. Iza njega sa 20 ispitanika su rozi „Kultura i scena“ i žuti članak „Predstava stvorena za plažu nije dobro sjela...“. Sa 16 ispitanika tamnoplavi članak „Pijanist Danilo Perez...“. Crveni članak „Kratki rezovi...“ s 12 ispitanika i svijetloplavi članak „Govor tišine“ s 5 ispitanika.

Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku







Naslov	Prosjeak	Br.ispitanika
Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu" 	0,72	21
Kultura i scena 	0,77	20
Predstava stvorena za plažu nije dobro sjela... 	1,5	20
Kratki rezovi... 	2,25	12
Govor tišine 	3,27	5
Pijanist Danilo Perez... 	3,48	16

Tabela br. 12 - Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku

Crvena strelica nam pokazuje prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku (tabela br. 12). Zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu"“ je prvi uočen s najmanje vremenom do prve fiksacije (0,72 sek.), a rozi „Kultura i scena“ je brzo uočen s 0,77 sek. Treće uočeni je žuti članak „Predstava stvorena za plažu nije dobro sjela...“ s 1,5 sek. Zatim je crveni članak „Kratki

rezovi...“ s 2,25 sek., svijetloplavi članak „Govor tišine“ s 3,27 sek. I zadnje uočeni je tamnoplavi članak „Pijanist Danilo Perez...“s 3,48 sek.

Prosječni broj fiksacija na članku

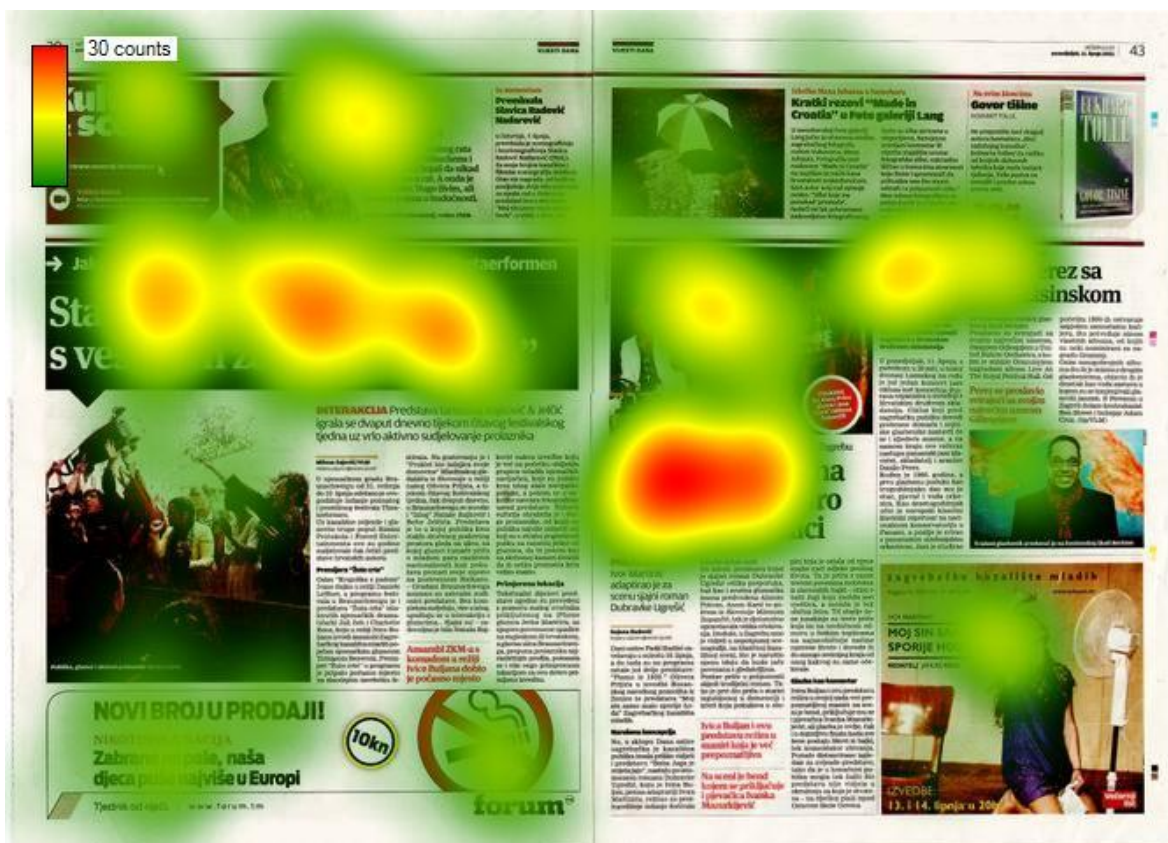
Naslov	Prosjek	Br. ispitanika
Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu" 	6,9	21
Predstava stvorena za plažu nije dobro sjela... 	5,9	20
Kultura i scena 	2,9	20
Pijanist Danilo Perez... 	2,56	16
Kratki rezovi... 	1,33	12
Govor tišine 	1	5

Tabela br. 13 - Prosječni broj fiksacija na članku

Crna strelica nam pokazuje prosječni broj fiksacija na članku (tabela br. 13). Zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu““ ima najviše fiksacija njih 6,9, dok žuti „Predstava stvorena za plažu nije dobro sjela...“ ima 5,9 fiksacija. Rozi članak „Kultura i scena“ ima 2,9, tamnoplavi članak „Pijanist Danilo Perez...“ ima 2 fiksacija. A crveni članak „Kratki rezovi...“ ima 1,33 i svijetloplavi članak „Govor tišine“ ima 1 fiksaciju.

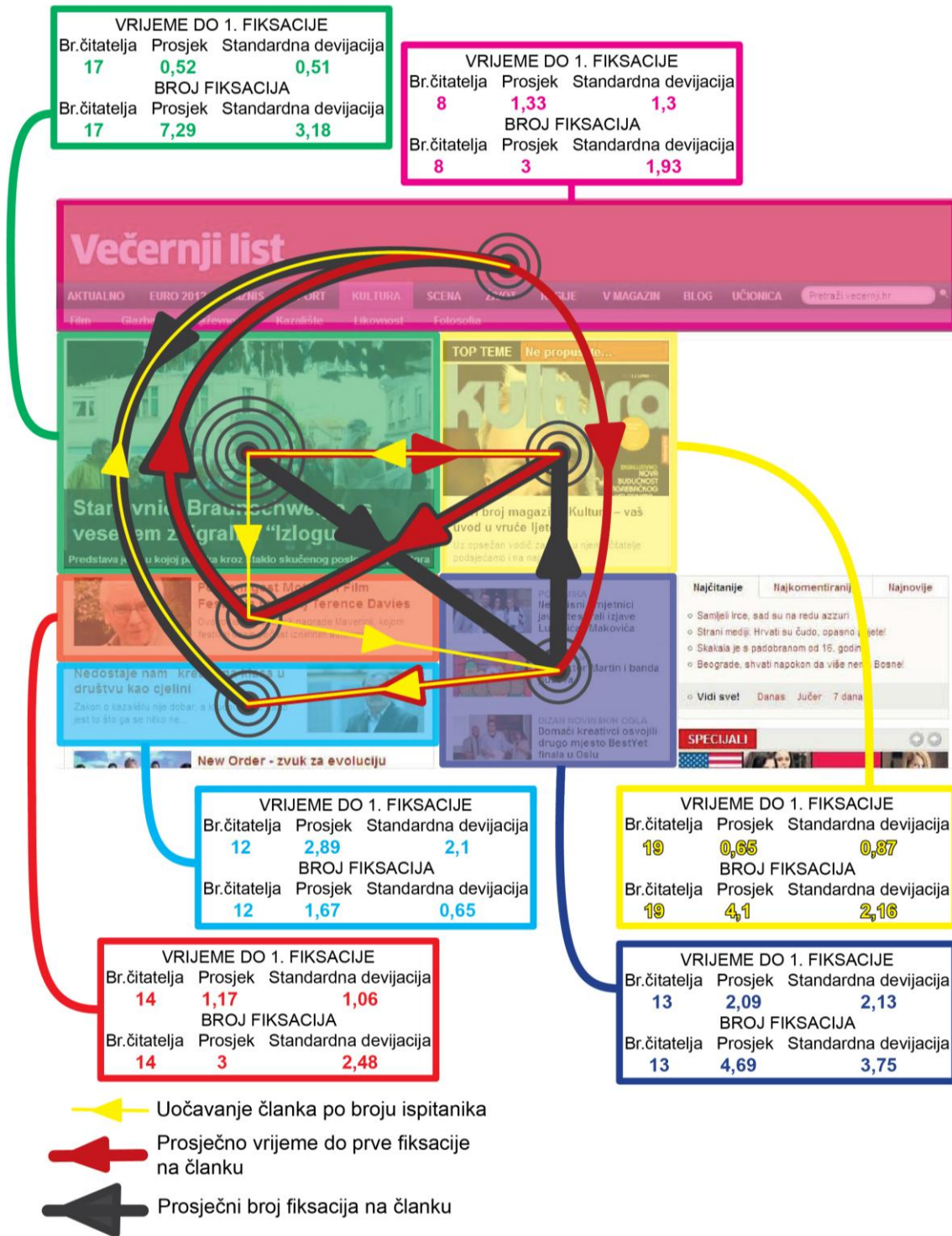
Kad se gledaju ovi numerički rezultati za tiskovne novine „Večernjeg lista“ niti jedan članak ne odskoče jako od ostalih. Kad se gleda uočavanje ispitanika po članku prva tri članka (tabela 11) imaju 21 i 20 ispitanika po članku. Ovdje jedino odskoče zadnji članak s 5 ispitanika po članku.

Najbolje vrijeme do prve fiksacije na članku je imao zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu““ sa 0,72 sek. Broj fiksacija na članku najviše je imao zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu““ sa 6,9 fiksacija.



Slika br. 11 – Toplinska mapa tiskanih novina „Večernjeg lista“

Prema ovoj toplinskoj mapi možemo zaključiti da je srednji članak uočen bolje nego veliki članak na lijevoj strani. Kada promatramo numeričke rezultate oni nam govore da po podacima koje smo izvadili ovaj članak spada u tek treće uočeni članak. Kod tiskovnih novina Večernjeg lista vidimo da su sudionici promotrili sve naslove i slike, ali su se ipak najviše fokusirali na naslove. Zanimljivo je da je dobro uočen i članak iznad glavnog naslova koji nije velik, ali ima malo teksta s velikim fontom (slika br. 11).



Slika br. 12 – Područje interesa elektroničkih novina „Večernjeg lista“

Uočavanje članka po broju ispitanika

Naslov	Br.ispitanika	Prosjek
Novi br. magazina KULTURA	19	0,65
Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu"	17	0,52
Počasni gost Motovun film festivala	14	1,17
Polemika/ Animacija/ Diz. novih oglasa	13	2,09
Nedostaje nam kreativna klasa u društvu...	12	2,89
Heder	8	1,33

Tabela br. 14 - Uočavanje članka po broju ispitanika

Slika br. 12 elektroničkih novina „Večernjeg lista“ žuta strelica pokazuje redosljed uočavanja članka po broju ispitanika (tabela br.14). S najvećim brojem ispitanika je žuti članak „Novi br. magazina KULTURA“ sa 19 ispitanikom. Iza njega sa 17 ispitanika je zeleni „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu"“, crveni članak „Počasni gost Motovun film festivala“ sa 14 ispitanika. Sa 13 ispitanika tamnoplavi članak „Polemika/ Animacija/ Diz. novih oglasa“, 12 ispitanika svijetloplavi članak „Nedostaje nam kreativna klasa u društvu...“ i s najmanje, rozi „Heder“ s 8 ispitanika.

Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku

Naslov	Prosjek	Br.ispitanika
Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu"	0,52	17
Novi br. magazina KULTURA	0,65	19
Počasni gost Motovun film festivala	1,17	14
Heder	1,33	8
Polemika/ Animacija/ Diz. novih oglasa	2,09	13
Nedostaje nam kreativna klasa u društvu...	2,89	12

Tabela br. 15 - Prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku

Crvena strelica nam pokazuje prosječno vrijeme do prve fiksacije na članku (tabela br. 15). Zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u

"Izlogu"" je prvi uočen s najmanje vremena do prve fiksacije (0,52 sek.), a žuti članak „Novi br. magazina KULTURA“ s 0,65 sek. Treće uočeni crveni članak „Počasni gost Motovun film festivala“ s 1,17 sek., pa rozi „Heder“ s 1,33 sek. Zatim je tamnoplavi članak „Polemika/ Animacija/ Diz. novih oglasa“ s 2,09 sek. I zadnji svijetloplavi članak „Nedostaje nam kreativna klasa u društvu...“ s 2,89 sek.

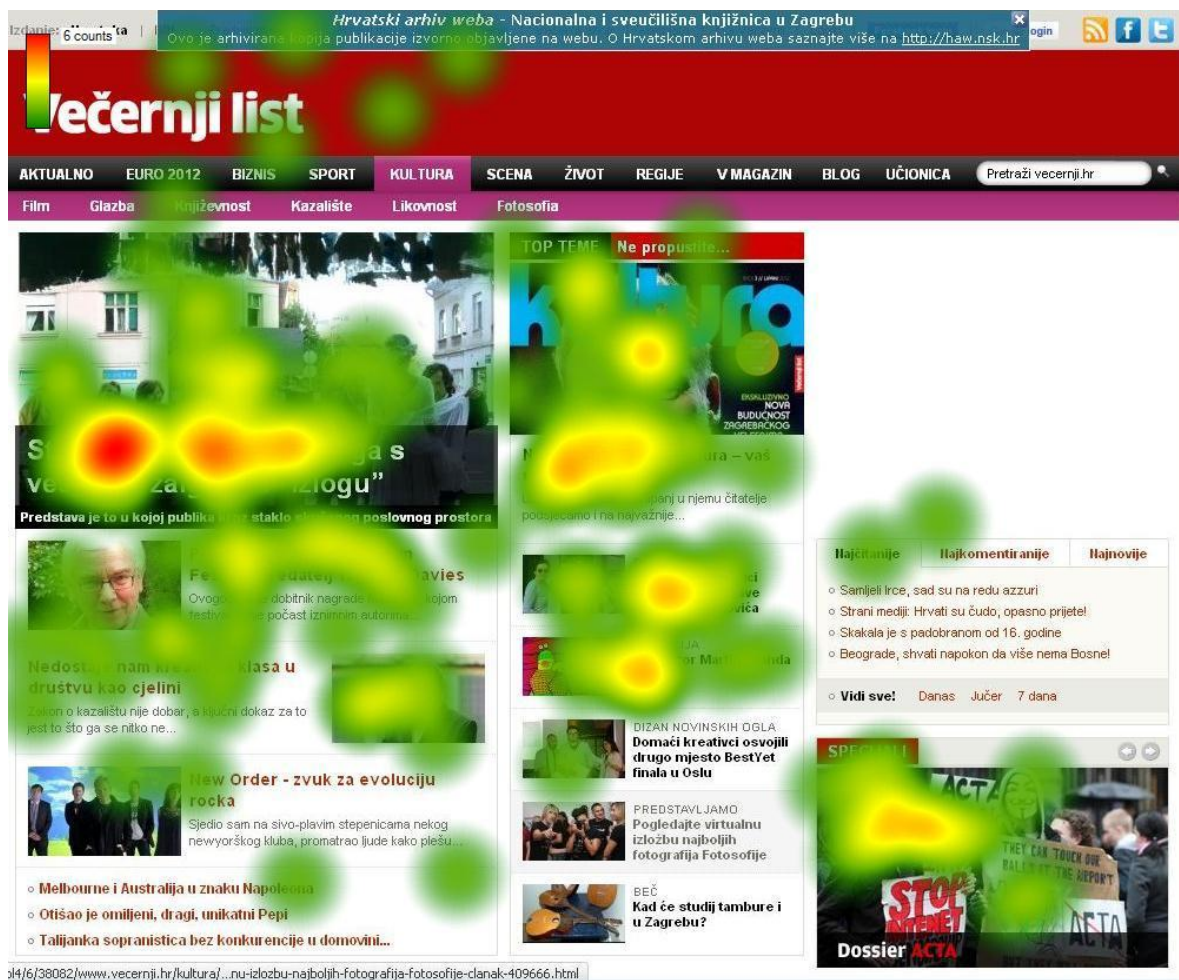
Prosječni broj fiksacija na članku

Naslov	Prosjek	Br. ispitanika
Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu" 	7,29	17
Polemika/ Animacija/ Diz. novih oglasa 	4,69	13
Novi br. magazina KULTURA 	4,1	19
Počasni gost Motovun film festivala 	3	14
Heder 	3	8
Nedostaje nam kreativna klasa u društvu... 	1,67	12

Tabela br. 16 - Prosječni broj fiksacija na članku

Crna strelica nam pokazuje prosječni broj fiksacija na članku (tabela br. 16). Zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu"" ima najviše fiksacija njih 7,29, dok tamnoplavi članak „Polemika/ Animacija/ Diz. novih oglasa“ ima 4,69 fiksacija. Žuti članak „Novi br. magazina KULTURA“ ima 4,1, dok crveni članak „Počasni gost Motovun film festivala“ i rozi „Heder“ imaju tek 3 fiksacije. Najmanje fiksacija, 1,67 ima svijetloplavi članak „Nedostaje nam kreativna klasa u društvu...“.

Promatrajući prosjeke i gledajući numeričke rezultate za elektroničke novine „Večernjeg lista“ niti jedan članak ne odskače jako od ostalih. Kada se gledaju tablice najbolje uočen je zeleni članak „Stanovnici Braunschweiga s veseljem zaigrali u "Izlogu“ koji ima najbrže vrijeme i najviše fiksacija dok je najviše ispitanika po članku imao žuti članak „Novi br. magazina KULTURA“ s 19 ispitanika.



Slika br. 13 – Toplinska mapa elektroničkih novina „Večernjeg lista“

Promatramo li toplinsku mapu elektroničkih novina „Večernjeg lista“ vidimo da su sudionici podjednako promotrili gotovo sve naslove i slike. Fokusacija im je također podjednaka na obje strane ali nešto više sudionika se fokusiralo na glavnu vijest. Promatranje sudionika tiskovnih i elektroničkih novina „Večernjeg lista“ vrlo je slično (slika br. 13).

6. ZAKLJUČAK

Otkriće Gutenbergovog tiskarskog stroja sredinom 15. stoljeća napravio je revoluciju u umnožavanju knjiga. Trebalo je neko vrijeme da se to otkriće proširi po Europi. Tako su skupe knjige postale dostupne svima, a ujedno se proširila i pismenost stanovništva. Slična revolucija se dogodila kada je krajem 20. stoljeća nastao internet. Internet je svojom dostupnošću i količinom informacija koje svakim danom rastu omogućio jeftini pristup svim informacijama.

Promatrajući rezultate provedene ankete sve više mladih, u ovom slučaju studenata Grafičkog fakulteta, gotovo svakodnevno se informiraju putem elektroničkih novina. Svi muški ispitanici svakodnevno čitaju elektroničke novine, dok ih tek manje od 50% ispitanica čita svakodnevno. Tiskovne novine ne kupuju mada im više vjeruju i smatraju ih ozbiljnijima. Elektroničke novine se ispitanicima najviše sviđaju jer su uvijek dostupne, besplatne, multimedijalne i zabavne. Ispitanici im zamjeraju što imaju previše informacija koje su ponekad netočne i nelektorirane.

Rezultati metode praćenja oka nam pokazuju da kod tiskovnih i elektroničkih novina „Jutarnjeg lista“ ispitanici su se više koncentrirali na naslove, a malo na slike. Kod tiskovnih novina „Večernjeg lista“ je koncentracija ispitanika bila najviše na naslove, a zatim na slike. Veliku uočenosť je imao i mali članak s malo teksta ali pisan velikim fontom. Kod elektroničkih novina „Večernjeg lista“ ispitanici su podjednako uočavali slike i naslove. Ovisno o mediju veću ulogu imaju veličina članka, slika, naslovi i veličina fonta da bi čitatelji dobro uočili određeni članak.

Kod elektroničkih novina koje imaju heder, ako u njemu imaju oglase tada će privlačiti više čitateljeve pažnje. Razlika je jedino u tome ako ima više članaka podjednake važnosti i veličine onda i sam čitatelj dobije više informacija, ali mu se pažnja više rasprši.

Tako imamo primjer tiskovnih novina „Jutarnjeg lista“ gdje su se svi ispitanici dobro fokusirali na najveći članak. Dok su ostali članci bili kasnije malo pogledani. Gledajući prosječno uočavanje članka po broju ispitanika najbolje su elektroničke novine jer imaju najviše ispitanika po članku. Također im je i vrijeme do prve

fiksacije manje nego kod tiskovnih novina. A broj fiksacija po članku je podjednak tiskovnim i elektroničkim novinama.

Fizička ograničenja tiskovnih novina su povezani sadržaj, koji se nalazi uz sliku i naslov te trebaju privući pažnju čitatelja. Tada je teško imati prijelom ili konstrukciju internetskih novina. Prednost tiskovnih novina je u tome što su informacije samo unutar okvira novina i čitatelj zna točno gdje može naći ono što ga zanima. Također, teže izgubi pozornost sa jednog članka na nešto drugo, npr. kod elektroničkih novina na multimediju.

Elektroničke novine imaju konstrukciju članaka s puno slika i naslova, kojima se želi privući čitatelja da ih otvori i da dođe do sadržaja. Zato je percepcija elektroničkih novina drukčija od tiskanih.

Pomoću ovih rezultata možemo zaključiti da je konstrukcija elektroničkih novina bolja za uočavanje većeg broja članaka, čemu pridonose slike i naslovi te sama veličina članka.

Nove generacije mladih će radije tražiti informacije preko interneta, putem elektroničkih novina, nego kupujući tiskovne. To će primorati urednike i vlasnike elektroničkih novina da uvedu dijelomično ili potpuno naplaćivanje članaka.

7. LITERATURA

- [1] Horvat J. (2003.). *Povijest novinstva Hrvatske 1771.-1939.*, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb
- [2] Pojmovnik na str. 51
- [3] Sapunar M. (2002.). *Opća povijest novinarstva*, ITG, Zagreb
- [4] Tomić M. (2001.). *Senjske inkunabule i Senjska tiskata*, diplomski rad, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
- [5] <http://dnc.nsk.hr/Newspapers/LibraryTitle.aspx?id=ec4bd886-2f50-4747-8582-29436f789de4> - *Nacionalna i sveučilišna knjižnica /stare hrvatske novine/ Kragliski Dalmatin*, pristupano: (24.7.2012.)
- [6] [http://hr.wikipedia.org/wiki/Vijenac_\(%C4%8Dasopis\)](http://hr.wikipedia.org/wiki/Vijenac_(%C4%8Dasopis)) – *Wikipedija /Hrvatski književni časopisi/ Vijenac*, pristupano: (25.7.2012.)
- [7] <http://www.vecernji.net/?vecernji&sub=pov> – *Večernji list/povijest*, pristupano: (26.7.2012.)
- [8] <http://www.poslovniforum.hr/about02/sd32.asp> - *Poslovni forum /čitanost hrvatskih izdanja*, pristupano: (7.12.2012.)
- [9] <http://www.jutarnji.hr/gradani--novinari-su-pismeni--no-skloni-manipulaciji-i-senzacionalizmu/334731/> - *Jutarnji list*, pristupano: (7.12.2012.)
- [10] Paparella, S. (2011). *Od lani ugasilo se 97 novina*, Novinar 1-2-3/2011
- [11] <http://www.seebiz.eu/gfk-gradani-najvise-vjeruju-prijateljima-najmanje-politicarima/ar-25950/> - *gfk*, pristupano: (7.12.2012.)
- [12] Gavranović, A. (2006). *Medijska obratnica: novi čitatelji traže drugačije novine*, Zagreb, Sveučilišna knjižara
- [13] Grmuša, T. (2012.). Dva desetljeća hrvatskog novinarstva: analiza prošlosti i izazovi budućnosti, Zbornik radova „Društvo i tehnologija 2012. – dr. Juraj Plenković“, Lovran, lipanj, HKD, Zagreb, str. 1-23

8. POJMOVNIK

Ideografsko pismo – je pojmovno pismo, ideogrami su ustaljeni oblici slikovnog predočavanja. Znak postaje nositelj pojedine riječi ili pojma.

Inicijal – predstavlja početno slovo u riječi. U grafičkom umijeću, slovo koje svojim oblikom i veličinom ukazuje na početak poglavlja rukopisa, redovno ornamentalnog karaktera ili čak oblikovano kao okvir nekom prikazu. Sadržajno je neodvojiv od teksta, inicijal po toj funkcionalnoj namjeni postaje dekorativno sredstvo.

Inkunabulâ – sve knjige tiskane od izuma tiskarskoga stroja, od godine 1455. pa do 1500. godine

Kinetička komunikacija – je neverbalna komunikacija u kojoj se upotrebljava komunikacija tijela (način hoda, sjedenja, govora, stajanja...), njome se najviše koriste gluhe osobe.

Kolofon – nalaze se podaci o mjestu, datumu i okolnostima tiskanja inkunabule

Ksilografska tehnika – je tehnika u kojoj su se rezbarila slova u drvetu, te su se otiskivali trljanjem poleđine papira.

Minijature – predstavlja malu sliku ili crtež kojima su ukrašavana zaglavlja knjiga ili početna slova.

Multimedij – zajednički naziv za medije koji kombiniraju više tipova pojedinačnih medija, da bi se stvorila jedna cjelina. Npr. kombinacija teksta, slike, videa...

Papirus – podloga za pisanje izrađena od stabiljke biljke papirus

Pergament – tanka preparirana ovčja koža

Verbalna komunikacija – isključivo koristi zvukove odnosno glasovne znakove, simbole koje slažemo u rečenice, te na taj način drugima predočavamo svoje misli, želje, potrebe, doživljaje itd.

Vizualni mediji – informacije se primaju isključivo putem vida

9. PRILOG

Korišteni anketni list

spol

- Muško
- Žensko

obrazovanje

- Preddiplomski
- Diplomski

Koliko često čitate tiskane novine?

- Svaki dan
- Više puta tjedno
- Jednom tjedno
- Više puta mjesečno
- Jednom mjesečno
- Nimalo

Što vam se sviđa kod tiskovnih novina? (više odgovora)

- Više im vjerujem
- Uvijek dostupne informacije
- Najnovije novosti
- Pregledne
- Imaju razne priloge (križaljke, romani u nastavcima, sudoku...)
- Imaju razne intervjue
- Provjerene informacije
- Volim listati novine
- Organiziranije
- Ozbiljne

Što vam se ne sviđa kod tiskovnih novina? (više odgovora)

- Nepreglednost
- Neorganiziranost
- Previše informacija odjednom
- Prešareno
- Ne lektorirani članci
- Netočne informacije
- Skupe su
- Ne ekološke
- Zauzimaju prostor
- Velike
- Dosadne
- Ne praktične
- Ozbiljne

Koliko često čitate elektroničke/web novine?

- Svaki dan
- Više puta tjedno
- Jednom tjedno
- Više puta mjesečno
- Jednom mjesečno
- Nimalo

Što vam se sviđa kod elektroničkih/web novina? (više odgovora)

- Što su besplatne
- Više im vjerujem
- Uvijek dostupne informacije
- Najnovije novosti
- Pregledne
- Multimedijalne
- Imaju razne priloge (križaljke, romani u nastavcima, sudoku...)
- Imaju razne intervjue
- Provjerene informacije
- Organiziranije
- Ozbiljne

Što vam se ne sviđa kod elektroničkih/web novina? (više odgovora)

- Nepreglednost
- Neorganiziranost
- Previše informacija odjednom
- Prešareno
- Ne lektorirani članci
- Netočne informacije
- Skupe su
- Imaju "zastarjele" informacije od prošlog dana
- Dosadne
- Nepraktične
- Ozbiljne

10. BIOGRAFIJA



Maja Devaj je rođena 23.11.1986. u Zagrebu. Prvo od osmero djece u obitelji Željke i Dragutina Devaja.

2005. god. završila školu Primjenjene umjetnosti i dizajna kao scensko-aranžerski dizajner, u Zagrebu.

U svibnju 2010. god. je uspješno obranila završni rad i postala prvostupnikom grafičke tehnologije.

2006. god. je bila u Italiji mjesec dana.

Uz studiji je bila aktivni planinar i član HPD-a "Željezničar". Učlanila se u udrugu "Brojnih obitelji Alojzije Stepinac" gdje je i danas aktivni član. Osim te udruge još je bila aktivna u dvije udruge – "H-epicentar" (udruga koja organizira humanitarno-zabavne večeri) i udruga "ZAMNOM" (koja pomaže mladima u organiziranju udruga za mlade). Radila kao hostesa na promocijama i degustacijama proizvoda Perutnine Ptuj. Tri ljeta za redom je bila animator u duhovno-rekreativnom kampu za malde, u dlizini Draga Pakoštanskih, gdje je imala grupu od desetak mladih. Volontirala je kao voditelj kreativne radionice za djecu i mlade pet godina u Zagrebu. U Udbini je volontirala s volonterima iz cijelog svijeta u organizaciji „Opus Dei-a“ i „Crvenog križa“. U slobodno vrijeme čuva djecu.

2007. god. ilustrira knjigu, „Bazga“, a zatim i „Cijepljenje i rezidba voćaka“, obje od prof. Tomislava Jemrića.

U svibnju 2011. god. je sudjelovala u ING-u (inženjersko natjecanje grafičara) na kojem su sudjelovali sudionici iz Slovenije, Srbije, Bosne i Hercegovine.

Danas se uz fakultet bavi plesom, raznim sportovima, druženjem, te je i dalje aktivan član u svojoj župnoj zajednici u Stenjevcu. U slobodno vrijeme radi plakate, pozivnice i zahvalnice za vjenčanja prijateljima i poznanicima. Radi sve što je vezano uz grafičku struku.